

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEPUASAN
WAJIB PAJAK PADA KANTOR
PELAYANAN PAJAK PRATAMA
DENPASAR BARAT**



**TAPM Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Magister Manajemen**

Disusun Oleh :

I KETUT SUENA

NIM : 015334538

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
JAKARTA
2010**

ABSTRAK

Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak
Pratama Denpasar Barat
I Ketut Suena
Universitas Terbuka
suenaketut@yahoo.com

Kata Kunci: faktor-faktor penentu, kepuasan dan wajib pajak

Adanya berbagai keluhan yang disampaikan oleh masyarakat terkait dengan pelayanan yang dilakukan oleh sebuah lembaga publik seperti Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat, menarik untuk dicermati sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana peran serta pemberdayaan dari sumber daya yang ada untuk bisa mengemban misi pelayanan sebagai upaya untuk meningkatkan tingkat apresiasi dan kepeduliannya sehingga pada akhirnya terciptanya suatu keadaan dimana wajib pajak akan semakin patuh dengan kewajibannya. Maka dipandang perlu untuk melakukan sebuah penelitian mengenai tingkat kepuasan wajib pajak tentang pelayanan yang selama ini mereka nikmati. Tujuan lainnya adalah untuk menganalisis tentang faktor-faktor penentu yang menjadi indikator keberhasilan sebuah pelayanan yang merupakan keinginan sebagian besar dari masyarakat yang dilayani, dimana hal ini kemudian mendapatkan prioritas untuk menentukan arah kebijakan selanjutnya.

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 wajib pajak sebagai responden yang melakukan kewajibannya di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat dengan cara memilih secara acak dari sejumlah wajib pajak yang secara demografi dapat mewakili keadaan secara umum dari seluruh wajib pajak yang ada di wilayah kerja Kantor Pelayanan Pajak Denpasar Barat. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai populasi yang dikaitkan dengan teknik Analisis Faktor sebagai alat analisis.

Variabel dari masing-masing faktor dapat memberikan gambaran secara lebih jelas dan terperinci mengenai hal-hal yang perlu mendapat perhatian lebih fokus untuk mencapai sebuah tujuan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang perlu mendapat prioritas adalah ketulusan perhatian karyawan, pemahaman akan kebutuhan wajib pajak, hubungan yang harus dijalin dan kesopanan dari karyawan dalam melayani wajib pajak juga menjadi penentu keberhasilan dari sebuah bentuk pelayanan yang berkualitas.

Secara umum seluruh faktor dapat menentukan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat tetapi ada hal-hal yang perlu mendapatkan perhatian untuk menjadi prioritas dalam penanganannya adalah antara lain kesiapan karyawan merespon dengan segera keinginan dan permohonan wajib pajak, kesopanan dalam melayani wajib pajak dan suasana yang benar-benar nyaman dan menyenangkan menjadi bagian yang tak boleh diabaikan untuk menyajikan sebuah pelayanan yang berkualitas.

ABSTRACT

Determining Factors of Quality Service at Pratama Tax Service
Office of West Denpasar
I Ketut Suena
Universitas Terbuka
suenaketut@yahoo.com

Key word: determining factors, quality service, tax payers

The occurrence of complaints forwarded by the public related to services provided by a public service such as West Denpasar Tax Service Office. It is interested to observe as a source of evaluation to find out empowerment participation of the human resources to hold the mission of services as an effort to increase the level of appreciation and careness, where, at the end will be obtained a condition that the tax payers will be more obedient to their obligations to pay tax. Therefore, it is considered to be necessary to conduct a research on the level of satisfaction of the tax payers regarding the services they get at the time being. Other objective is to analyze the determining factors which becomes the indicator of the successfulness of a service which is expected by most of the public societies, wilst, this case then will be come the priority to determine the next policies direction.

This research was conducted through random selection of 100 tax payers as respondents who pay their taxes at the Pratama Tax Service Office of West Denpasar, which are demografically can represent the general situation of the whole tax payers of the West Denpasar regional working area of the Pratama Tax Service Office. The samples taken in this research are used as the population which is related to the technique of Analysing Factor as a means of the analysis.

The variables of each factors can explicately feature the things regarding objects need to be taken care and to have a more focus attention to obtain the expected objectives. The quality service that needs to to be prioritized is the sincere of the employee's attention, understanding of the necessity of the tax payers, relations to be composed and politeness of the employees in providing services also become the determiners of the succesfulness of a quality service form.

In general, all of the factors can determine the quality service to the satisfaction of the tax payers in paying their taxes at the Pratama Tax Service Office of West Denpasar, however, there are some items to be notified and to be prioritized. In overcoming this matter there are some items to be conducted such as; the readiness of the employees to quickly respond the needs and application of the tax payers, the politeness in serving and really comfortable atmosphere and fun become parts that can not be ignored to provide a quality service.

LEMBAR PERSETUJUAN
TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER

JUDUL TAPM : FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEPUASAN WAJIB
PAJAK PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK
PRATAMA DENPASAR BARAT

NAMA : I KETUT SUENA

NIM : 015334538

PROGRAM STUDI : MAGISTER MANAJEMEN

Pembimbing I



Prof. Dr. Made Wardana,SE,MP.

NIP 19550801 198103 1 031

Pembimbing II

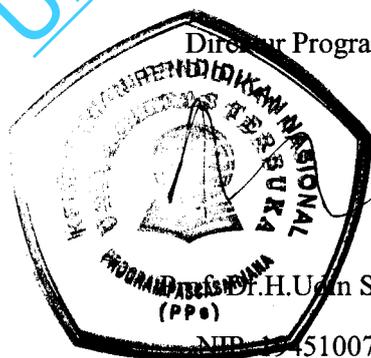


Dr. I Nengah Baskara Wisnu Tedja, M.Ec

NIP 19581110 198601 1 001

Mengetahui:

Direktur Program Pascasarjana,



Dr. H. Ujan S. Winatapura, MA

NIP 19451007 197302 1 001

UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PENGESAHAN

Nama : I Ketut Suena
NIM : 015334538
Program Studi : Magister Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji Tesis Program Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Terbuka pada :

Hari/Tanggal : Kamis, 11 Maret 2010
Waktu : 15.00 – 17.00 WIB

Dan telah dinyatakan **LULUS**
Panitia Penguji Tesis

Ketua komisi penguji :



Dr. Suciati, M.Sc
NIP 19520213 198503 2 001

Penguji Ahli :



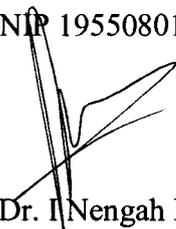
Dr. Bambang Wiharto

Pembimbing I :



Prof. Dr. Made Wardana, SE, MP
NIP 19550801 198103 1 031

Pembimbing II :



Dr. I Nengah Baskara Wisnu Tedja, M.Ec
NIP 19581110 198601 1 001

UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul **Faktor – Faktor Penentu Kepuasan Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat** adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar, apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik

Denpasar, 6 Maret 2010

Yang menyatakan



(I Ketut Suena)

NIM. 015334538

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Sanghyang Widhi Wasa - Tuhan Yang Maha Esa, atas karunia dan rahmatNya maka Tugas Akhir Program Magister dengan judul Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat dapat diselesaikan. Tugas ini dibuat sebagai kewajiban untuk menyelesaikan perkuliahan di Program Magister Manajemen Universitas Terbuka UPBJJ- Denpasar juga untuk melakukan pengkajian lebih jauh dan mendalam mengenai tingkat kepuasan wajib pajak dilihat dari dimensi kualitas pelayanan yang dilakukan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat, juga sebagai dasar untuk merumuskan kebijakan yang dipandang perlu sebagai peningkatan citra dengan pelayanan yang lebih baik, berkelas dan berkualitas. Selesaiannya penyusunan tugas akhir Program Magister ini tidak terlepas dari bantuan, masukan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung dan tidak langsung sehingga tidak berlebihan kiranya jika penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. DR. H. Udin S. Winataputra, MA Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Terbuka atas kesempatan pendidikan yang diberikan;
2. Bapak Drs. Supartomo Corolus Boromeus, Msi Ketua Program Magister Manajemen Universitas Terbuka, dalam beberapa kesempatan selalu memotivasi dan memberi pengarahan agar tugas akhir selesai tepat waktu;
3. Ibu Dra Hendrin Hariati Sawitri, MSi selaku Kepala Universitas Terbuka UPBJJ- Denpasar dalam beberapa kesempatan memberi arahan dan motivasi untuk bisa menyelesaikan tugas dengan tepat waktu;

4. Bapak Prof. DR. Made Wardana, SE, MP sebagai pembimbing I yang telah memberikan banyak masukan, pengarahan dan bimbingan juga motivasi dalam dan diluar jam kerja sehingga tugas ini dapat penulis selesaikan;
5. Bapak DR. I Nengah Baskara Wisnu Tedja, M.Ec sebagai Pembimbing II dalam beberapa kesempatan telah banyak membantu, membimbing dan memberi arahan sebagai motivasi untuk terselesaikannya tugas ini;
6. Bapak dan ibu dosen pengajar beserta para karyawan di lingkungan Program Magister Manajemen Universitas Terbuka UPBJJ- Denpasar atas semua bantuan yang telah diberikan selama perkuliahan sampai dengan penyusunan tugas akhir dapat diselesaikan;
7. Keluarga dirumah istri dan anak-anak tercinta sebagai inspirasi untuk selalu berbuat dan melakukan yang terbaik dengan memberikan motivasi dan perhatian sebagai dorongan untuk terselesaikannya tugas akhir ini;
8. Rekan-rekan seangkatan di Program Magister Manajemen Universitas Terbuka UPBJJ- Denpasar yang selalu kompak dan saling memberikan motivasi dan dukungan untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.

Tanpa bermiat untuk mengecilkan nilai bantuan tersebut, tugas akhir ini adalah merupakan tanggung jawab sepenuhnya dari penulis. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Sampul Dalam.....	i
Abstrak.....	ii
Abstract.....	iii
Lembar Persetujuan.....	iv
Lembar Pengesahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Tabel.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian	14
BAB II KERANGKA TEORETIK.....	16
A. Kajian Teoretik.....	16
B. Kerangka Berfikir.....	48
C. Definisi Konsep dan Operasional.....	49
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	52
A. Desain Penelitian.....	52
B. Populasi dan Sampel.....	53
C. Instrumen Penelitian.....	53
D. Prosedur Pengumpulan Data.....	57
E. Metode Analisis Data.....	58
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	86
A. SIMPULAN.....	86
B. SARAN.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Desain Penelitian..... 52

Gambar 4.1 Faktor-Faktor Yang Menentukan Kepuasan Wajib Pajak 82

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Penerimaan Negara dari Sektor Pajak Dari Tahun 2004 Sampai Dengan Tahun 2008 Untuk Wilayah Bali.....	2
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Wajib Pajak Yang Terdaftar di Kantor Wilayah DJP Bali Sebagai Pemegang NPWP.....	9
Tabel 1.3 Berbagai Jenis Keluhan Dari Masyarakat Wajib Pajak Yang Dilayani di Kantor Pelayanan Pajak Denpasar Barat.....	12
Tabel 3.1 Identifikasi dan Definisi Variabel.....	55
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Kapasitas.....	63
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Kewarganegaraan.....	64
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....	65
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	65
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Motivasi.....	66
Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Informasi Pembayaran Pajak.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	67
Tabel 4.10 Banyaknya Faktor dengan <i>Eigenvalue</i> = 1.....	67
Tabel 4.11 Matrik Faktor dengan Rotasi <i>Varimax</i>	68
Tabel 4.12 Rangkuman Variabel dari Masing-Masing Faktor yang Terbentuk.....	68
Tabel 4.13 Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.....	69
Tabel 4.14 Penilaian Kepuasan Pelayanan atas Pekerjaan Wajib Pajak.....	69
Tabel 4.15 Penilaian Kepuasan Pelayanan berdasarkan Motivasi Wajib Pajak.....	70
Tabel 4.16 Penilaian Kepuasan Pelayanan berdasarkan Sumber Informasi Wajib Pajak.....	70

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	71
Tabel 4.18 Banyaknya Faktor dengan <i>Eigenvalue</i> = 1.....	74
Tabel 4.19 Matrik Faktor dengan Rotasi <i>Varimax</i>	75
Tabel 4.20 Rangkuman Variabel dari Masing-Masing Faktor yang Terbentuk	76
Tabel 4.21 Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.....	77

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Untuk menjalankan roda pemerintahan dan pembangunan suatu Negara akan diperlukan adanya sumberdaya manusia dan sumber dana yang memadai sebagai penggerak dan dinamisor adanya pertumbuhan ekonomi yang memadai sesuai harapan yang diinginkan oleh masyarakat dan pemerintahnya, penggalan sumber dana dari masyarakat yang paling memberikan sumbangan yang sangat berarti dan bahkan sangat signifikan dalam pembangunan suatu Negara adalah antara lain berasal dari pajak.

Dinegara-negara maju tingkat kepedulian dan kepatuhan masyarakatnya untuk memenuhi kewajibannya sebagai warga Negara yang baik untuk membayar pajak sesuai dengan Undang-Undang yang mereka miliki sudah sangat familiar, sehingga masyarakatnya sudah tergolong *taxminded* dalam pemenuhan kewajiban pajaknya. Tingkat kepatuhannya sudah termasuk sangat tinggi dan memahami bahwa dengan melakukan kewajiban membayar pajak, meskipun secara langsung tidak mendapatkan manfaatnya tetapi mereka sadar bahwa dengan pajaklah segala sesuatu antara lain sumber ekonomi dan pemerintahan bisa digerakkan.

Sebagaimana halnya juga di Indonesia penerimaan Negara dari pajak sangat memberikan sumbangsih yang sangat besar bagi pertumbuhan ekonomi melalui pembiayaan-pembiayaan yang

dikeluarkan dalam berbagai macam proyek baik fisik maupun non fisik seperti pembangunan infrastruktur, fasilitas umum, gedung-gedung pemerintah, sekolah-sekolah, pembangkit listrik dan sarana penunjang lainnya juga untuk membayar gaji untuk pegawai negeri sipil, polisi, tentara dan pejabat Negara lainnya juga untuk membayar hutang-hutang Negara baik di dalam maupun di luar negeri. Penerimaan Negara dari sektor pajak dari tahun ketahun terus menunjukkan peningkatan yang sangat berarti, hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman dan kesadaran wajib pajak juga masyarakat pada umumnya sudah mulai tumbuh. Perkembangan tingkat pertumbuhan penerimaan Negara dari sektor pajak untuk lima tahun terakhir, khusus dari wilayah Bali dapat dilihat dari penjabaran pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Pertumbuhan Penerimaan Negara dari Sektor Pajak Dari Tahun 2004 Sampai Dengan Tahun 2008 Untuk Wilayah Bali

Tahun	Realisasi Penerimaan (Rp)	Pertumbuhan (%)
2004	1.155.244.560.000	
2005	1.355.874.810.000	17.37
2006	1.654.911.470.000	22.05
2007	1.537.935.790.000	(7.07)
2008	2.763.820.670.000	79.71

Sumber : Kanwil DJP Bali tahun 2008

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa penerimaan negara dari sektor pajak sudah memberikan andil yang sangat besar dan strategis untuk menunjang dan menjalankan sistem pemerintahan

negara dan pula sebagai penggerak perekonomian secara umum menuju pertumbuhan sebagaimana yang telah dirasakan oleh masyarakat dunia usaha dan dapat menyerap banyak kesempatan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lainnya. Hal ini tidak terlepas dari peran serta dan tanggung jawab dari segenap jajaran Departemen Keuangan khususnya Direktorat Jenderal Pajak sebagai institusi pemerintah yang mempunyai tugas dan wewenang untuk melakukan fungsi Negara sebagai penghimpun dan pemungut pajak bagi warga Negara sebagaimana diamanatkan oleh undang-undang.

Untuk lebih mengoptimalkan penerimaan negara dari sektor pajak pemerintah dalam hal ini Departemen Keuangan dengan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia telah beberapa kali melakukan perubahan peraturan guna lebih meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Perubahan-perubahan dimaksud dilakukan untuk lebih menyederhanakan dalam pelaksanaannya sehingga dapat lebih memudahkan masyarakat dalam melakukan kewajiban pajaknya. Hal lain yang dilakukan dalam perubahan tersebut juga bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan bahkan sampai kepada stimulus untuk menggerakkan ekonomi secara umum. Dengan adanya pemajakan ini tidak akan mematikan usaha wajib pajak justru sebaliknya akan memberikan kesempatan kepada mereka dapat bersaing bahkan sampai di tingkat internasional. Dalam usaha untuk memenangkan persaingan bisnis pada tingkat internasional tersebut terutama untuk produk-produk ekspor

pemerintah memberikan keringanan untuk Pajak Pertambahan Nilai bahkan sampai pada 0 (nol) persen. Dalam memacu dan menumbuhkan tingkat perekonomian masyarakat adanya infrastruktur yang memadai seperti jalan raya, jembatan, pelabuhan laut, bandara dan fasilitas penunjang lainnya sangat dibutuhkan untuk menggerakkan roda perekonomian. Untuk menyediakan fasilitas tersebut dibutuhkan adanya dana yang besar dan memadai, dimana sumber dana tersebut diharapkan bersumber dari pajak yang dibayarkan oleh para wajib pajak. Sebagai penghargaan atas sumbangsih dari para wajib pajak dapat dilihat dilapangan secara langsung bahwa pada setiap proyek fisik baik itu jembatan atau jalan raya juga pembangunan infrastruktur lainnya pada saat pengerjaan proyek tersebut bagi kontraktor pemenang tender diwajibkan menyertakan tulisan pada papan proyek. Tulisan tersebut selain berisi nama pemilik proyek, nama kontraktor, volume bangunan, limit waktu penyelesaian pekerjaan dan sumber dana baik dari APBN/APBD juga diwajibkan menambahkan tulisan "Proyek ini dibangun dari pajak yang anda bayar". Dengan membayar pajak secara tidak langsung telah memberikan peran serta untuk mewujudkan fasilitas dan prasarana umum lainnya guna memudahkan kegiatan ekonomi dan kegiatan usaha lainnya sehingga pada akhirnya setiap barang dan jasa yang dinikmati oleh masyarakat dapat lebih terjangkau baik waktu juga harganya.

Tingkat penerimaan pajak akan berdampak positif apabila dibarengi dengan adanya tingkat pelayanan dan proses kerja yang tidak rumit serta cepat dan mempunyai kepastian batas waktu penyelesaiannya sehingga memudahkan masyarakat menunaikan kewajiban pajaknya. Hal ini sangat tergantung dari seberapa canggih penerapan teknologi yang berbasis teknologi informasi yang bisa membantu meringankan serta memudahkan system kerja dari setiap tingkatan prosedur sehingga pada akhirnya secara umum semua pekerjaan yang dikerjakan dengan menggunakan teknologi tersebut dapat memberikan kemudahan dan kecepatan serta ketepatan di dalam proses kerja dan pelayanan yang dilakukan kepada masyarakat.

Sebagai lembaga yang mempunyai peran dan fungsi sebagai menghimpun penerimaan negara dalam bentuk pajak, sangat diharapkan oleh masyarakat akan adanya kepedulian akan kebutuhan yang mendasar adanya hubungan yang saling melengkapi sebagai upaya untuk menjalankan fungsi dan tanggung jawab dari masing-masing masyarakat disatu sisi dan lembaga Direktorat Jenderal Pajak disisi lain. Kebutuhan yang dimaksud oleh masyarakat wajib pajak adalah adanya pelayanan yang memadai dan memudahkan yang didapatkan untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Sebagai lembaga yang berhubungan langsung dengan kebutuhan yang mendasar dari masyarakat akan adanya pelayanan yang memuaskan yang mana berdampak langsung dengan keberhasilan yang akan dicapai untuk menghimpun dana masyarakat lewat pajak untuk

kepentingan Negara. Pajak adalah ibarat darah dalam diri manusia, sehingga sedemikian penting arti dan peranan pajak dalam pembiayaan pembangunan Negara, maka untuk mencapai tujuan tersebut, peranan pelayanan yang baik dan memuaskan akan berdampak langsung dengan tujuan dimaksud.

Setiap warga Negara yang baik harus wajib dan taat untuk menunaikan kewajiban sebagai warga Negara, dimana antara lainnya adalah membayar pajak. Dalam tatanan masyarakat yang masih banyak belum sadar akan arti pentingnya peranan pajak dalam pembangunan bangsa dan negara, perlu dilakukan berbagai cara sebagai motivator atau pemicu awal yang kemudian diharapkan tergeraknya niat mereka untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Berbagai macam sosialisasi yang dilakukan baik secara tatap muka langsung di depan masyarakat, juga lewat iklan layanan masyarakat di berbagai media baik koran ataupun televisi juga yang tak kalah pentingnya akan berdampak secara langsung dan berkesan bahkan untuk waktu yang cukup panjang, apabila dimana setiap pelayanan yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak dapat dilakukan dengan memuaskan dan mengesankan. *Deterrent effect* (pengaruh secara tidak langsung) yang akan dapat dirasakan masyarakat akan semakin meningkat pula kesadarannya untuk melakukan kewajiban pajaknya dengan baik juga benar menurut peraturan yang berlaku. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelayanan yang dilakukan

oleh aparat pajak untuk melayani masyarakat, maka penulis tertarik mengangkat materi ini sebagai penelitian.

Konseptualisasi mengenai proses pembentukan kualitas pelayanan bersumber pada penelitian-penelitian kualitas pelayanan Parasuraman (1985) yang membawa pada konseptualisasi kualitas pelayanan dan pembentukan instrumen SERVQUAL (Service Quality). Konseptualisasi kualitas pelayanan yang dirasakan dalam Perceived Service Quality (PSQ) dan konseptualisasi diskonfirmasi kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan menurut Durvasula (1999) serta penelitian Kopalle dan Lehman (2001) yaitu mengenai penelitian terhadap perbedaan-perbedaan konsumen individual pada tingkatan dimana diskonfirmasi mempengaruhi persepsi-persepsi kepuasan. Konseptualisasi perbedaan dan diskonfirmasi memberikan fakta bahwa evaluasi-evaluasi merupakan sebuah fungsi dari jarak antara pencapaian yang dirasakan dengan harapan-harapan. Evaluasi-evaluasi yang tinggi diperkirakan karena para pelanggan merasa pelayanan yang diberikan menjadi lebih baik dari yang diharapkan, dan evaluasi-evaluasi rendah diperkirakan karena para pelanggan merasa pelayanan yang dilakukan lebih buruk dari apa yang diharapkan. Implikasi-implikasi manajerial dari perumusan ini mencakup praktek "menjanjikan sedikit dan menyajikan lebih". Dengan kata lain bahwa perusahaan atau lembaga pelayanan berusaha menurunkan harapan-harapan atau ekspektasi konsumen (dengan kata lain menjanjikan sedikit) dalam rangka untuk

memastikan mereka dapat melebihi harapan-harapan itu (dengan kata lain menyajikan lebih).

Dalam setiap penelitian pasti akan mengarah kepada tujuan yang akan menjadi titik akhir pencapaian yang ingin didapatkan. Dalam penelitian ini kami mempunyai tujuan yang jelas dan bahkan bisa dikatakan lebih khusus, karena dari data yang didapat dalam penelitian ini akan menjadi sumber informasi yang sangat berguna. Hal mana dapat dilakukan dengan memperbaiki dan bahkan menyempurnakan tindakan dan sikap yang selama ini dianggap menunjukkan hasil yang belum baik. Dalam beberapa hal tujuan yang khusus apabila bisa dirumuskan dengan tepat berdasarkan takaran yang tepat pula akan sangat berdampak positif dan memberikan informasi yang sangat berguna. Bahkan pada akhirnya hasil data tersebut apabila bisa dan benar-benar serius untuk menindaklanjutinya dengan tindakan dan sikap yang benar-benar nyata akan membawa hasil yang signifikan.

Berawal dari keinginan yang benar-benar untuk memperbaiki dan akhirnya memberikan pelayanan yang prima kepada masyarakat, maka tujuan khusus dalam penelitian ini penulis mempunyai tujuan agar apa yang didapat dari penelitian ini dapat sebagai barometer penelitian yang independen mengenai sisi pelayanan yang didapatkan oleh masyarakat pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.

Sebagai garda terdepan pelayanan masyarakat, unit Kantor Pelayanan Pajak merupakan institusi yang mewakili Direktorat Jenderal Pajak untuk melakukan tugas dan fungsi pokok sebagai

lembaga di bawah naungan Departemen Keuangan Republik Indonesia yang memungut dan menghimpun pajak dari masyarakat. Hal mana dapat diharapkan sebagai ujung tombak penerimaan negara dari pajak sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang. Sedemikian penting dan strategisnya tugas yang diemban oleh sebuah lembaga Kantor Pelayanan Pajak Denpasar Barat, maka sangat penting dan akan memberikan dampak positif yang bernilai apabila dari sisi pelayanan kepada masyarakat dapat diperhatikan juga mengenai tingkat kepuasan yang telah dirasakan oleh masyarakat selama mereka berurusan dikantor tersebut.

Perkembangan jumlah wajib pajak yang terdaftar di Bali sebagai pemegang kartu NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) sejak lima tahun terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Wajib Pajak Yang Terdaftar di Kantor Wilayah DJP Bali Sebagai Pemegang NPWP

Tahun	Jumlah wajib pajak	Tingkat Pertumbuhan(%)
2004	9.508	-
2005	12.775	34,36
2006	14.973	17,21
2007	16.966	13,31
2008	40.262	137,31

Sumber : Kanwil DJP Bali (2008)

Dari Tabel 1.2 tersebut dapat dilihat tingkat perkembangan jumlah wajib pajak yang terdaftar di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Bali untuk lima tahun terakhir baik bagi wajib pajak orang

pribadi maupun wajib pajak badan usaha, dimana sekitar 28 persennya adalah wajib pajak badan. Hal tersebut dapat menunjukkan perkembangan yang cukup berarti bagi peningkatan kesadaran masyarakat kita untuk kemudian peduli akan kewajibannya sebagai warga Negara yang baik, hal mana dari tingkat pertumbuhan tersebut juga diharapkan mampu memberikan sumbangsuhnya bagi tercapainya penerimaan pajak yang setiap tahunnya yang harus selalu mengalami peningkatan.

Dalam situasi perekonomian yang tidak selalu kondusif dan bergairah dimana hal tersebut banyak dipengaruhi oleh berbagai hal diantaranya situasi politik, sosial dan keamanan akan dapat berpengaruh langsung terhadap situasi dan pertumbuhan ekonomi dan daya beli masyarakat, secara langsung pula berdampak terhadap kemampuan masyarakat untuk menunaikan kewajibannya. Masih jelas dalam ingatan kita, terjadinya beberapa kali terror bom di Bali secara langsung juga mempengaruhi tingkat pertumbuhan dan daya beli masyarakat karena sumber ekonomi yang sebagian besar bersumber dari pariwisata kemudian menjadikan industri pariwisata menjadi sangat lesu, hal ini pada akhirnya kemudian berdampak langsung pula terhadap tingkat kemampuan masyarakat dan dunia usaha untuk melakukan kewajiban pajaknya. Bagaimanapun juga keadaan yang sedemikian tersebut tidak diharapkan dapat berlangsung lama, dengan berbagai daya dan upaya yang telah pemerintah dan masyarakat bisnis lakukan untuk memulihkan keadaan, sehingga apa

yang terjadi dengan situasi yang sudah membaik di sektor pariwisata telah pula memberikan harapan yang lebih baik bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat secara luas.

Untuk memberikan apresiasi yang sepadan dengan upaya kesadaran masyarakat untuk melakukan kewajiban perpajakannya, Departemen Keuangan Republik Indonesia dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak melalui Kantor Pelayanan Pajak yang ada di setiap wilayah masing-masing berusaha untuk melakukan pembenahan dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat. Meskipun demikian masih banyak keluhan yang masih diungkapkan oleh wajib pajak, sehingga dipandang sangat perlu untuk mendengarkan keluhan-keluhan tersebut dan segera untuk mencari jalan keluar untuk menanganinya. Penanganan keluhan penting dilakukan guna meningkatkan berbagai dimensi kualitas pelayanan jasa secara berkelanjutan.

Untuk mengetahui lebih jelas dan terinci mengenai hal-hal yang perlu mendapatkan penanganan lebih serius agar dapat memberikan rasa puas terhadap masyarakat wajib pajak, maka perlu dipetakan dan diidentifikasi lebih awal mengenai faktor-faktor penentu yang menjadi pengaruh dan memberikan dampak positif bagi peningkatan citra pelayanan yang lebih baik dan menyenangkan. Faktor penentu yang dipandang sebagai komponen penunjang keberhasilan tersebut antara lain tingkat keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), adanya jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan adanya bukti langsung (*tangibles*). Sebuah keberhasilan akan sangat

tergantung dari ketepatan mengidentifikasi faktor penentu dimaksud. Untuk lebih memberikan gambaran tentang kualitas pelayanan perpajakan pada masyarakat, berbagai jenis keluhan wajib pajak dapat dilihat pada Tabel 1.3. berikut ini.

Tabel 1.3 Berbagai Jenis Keluhan Dari Masyarakat Wajib Pajak Yang Dilayani di Kantor Pelayanan Pajak Denpasar Barat

No	Jenis keluhan
1	Pelayanan pegawai pajak tidak atau kurang ramah
2	Tempat ruang tunggu kurang nyaman
3	Untuk berbagai urusan harus ke beberapa meja yang berlainan
4	Urusan permohonan NPWP waktunya lama
5	Wajib pajak merasa dipersulit
6	Tidak adanya kepastian waktu penyelesaian atas suatu urusan
7	Adanya peraturan yang sering berubah-ubah
8	Tidak mengutamakan pelayanan kepada wajib pajak terutama pada jam-jam istirahat kantor
9	Kurangnya sosialisasi kepada masyarakat tentang hak dan kewajibannya
10	Tidak adanya sinkronisasi tentang pemahaman suatu aturan
11	Kurangnya sosialisasi tentang peraturan-peraturan baru.

Sumber: KPP Pratama Denpasar Barat (2009)

Dalam usaha untuk meningkatkan pelayanan dan meminimalkan keluhan-keluhan yang ada, berbagai cara dan upaya telah ditempuh dari waktu ke waktu dengan melakukan evaluasi setiap perkembangan yang ada disetiap kurun waktu tertentu. Untuk meningkatkan citra dan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat wajib pajak, Departemen Keuangan dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak telah melakukan perubahan yang cukup signifikan dalam bidang perbaikan perilaku pegawai pajak dan cara melayani dan pendekatan yang lebih humanis dengan memberlakukan Sistem

Administrasi Modern di setiap Kantor Pelayanan Pajak di seluruh Bali terhitung mulai awal Januari 2008.

B. Perumusan Masalah

Berpedoman dari berbagai permasalahan yang muncul seperti telah diuraikan di atas khususnya yang menyangkut berbagai keluhan atas pelayanan Kantor Pelayanan Pajak Denpasar Barat, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan jasa mana yang menentukan kepuasan masyarakat wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat?
2. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan jasa mana yang perlu mendapatkan perhatian dan prioritas dalam meningkatkan kepuasan pelayanan yang dapat dirasakan oleh masyarakat wajib pajak?
3. Bagaimanakah implikasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap usaha dan upaya untuk meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat selama ini?

C. Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah diuraikan dalam perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengidentifikasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan masyarakat wajib pajak atas layanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.
2. Untuk menganalisis dan mengidentifikasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang perlu mendapatkan prioritas dalam rangka untuk meningkatkan kepuasan wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya
3. Untuk menentukan implikasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap usaha dan upaya meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini adalah merupakan penerapan teori yang diharapkan mampu memberikan nilai tambah terhadap ilmu pengetahuan serta pengalaman dalam mengaplikasikan teori manajemen pemasaran khususnya dalam pelayanan jasa.
2. Sebagai sumbangan pemikiran kepada institusi Direktorat Jenderal Pajak dalam usaha untuk meningkatkan citra dan kinerja yang lebih baik dalam usaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat wajib pajak.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan menjadi bahan referensi bagi para peminat bila ingin mengadakan penelitian yang lebih luas dan mendalam.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB II

KERANGKA TEORETIK

A. Kajian Teoretik

1. Pengertian Pajak

Seperti diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 sebagaimana diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 bahwa Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat.

Dalam pelaksanaan pemungutan pajak dan menjadi kewenangan Kantor Pajak untuk melakukan pemungutan dan pemanfaatan atas potensi pajak yang bisa dikenakan terhadap setiap warga negara, maka pajak dapat dibedakan menjadi dua yaitu

- a. Pajak Pusat
- b. Pajak Daerah

Yang dimaksud dengan Pajak Pusat adalah pajak yang dipungut kepada wajib pajak atas kewajiban yang terutang, kemudian dikontribusikan kepada negara melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN).

Dalam hal ini yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk melakukan pemungutan pajak pusat adalah Direktorat Jenderal Pajak Departemen Keuangan Republik Indonesia yang menaungi seluruh satuan kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama di Seluruh Indonesia, dimana salah

satunya Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat yang menjadi obyek penelitian ini.

Adapun yang menjadi bagian dari jenis pajak pusat ini antara lain :

- 1). Pajak Penghasilan (PPh);
- 2). Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Barang Mewah (PPn BM);
- 3). Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

Yang dimaksud dengan pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan terhadap wajib pajak orang pribadi ataupun badan usaha yang melakukan kegiatan atau melakukan usaha di Indonesia dan atau diluar negeri atas penghasilan atau keuntungan yang diperolehnya.

Pajak Penghasilan yang diberlakukan terhadap orang pribadi atau badan usaha yang mempunyai penghasilan atas pekerjaan atau kegiatan usaha yang dilakukan tersebut tidak sekaligus langsung dikenakan, tetapi terlebih dahulu dikurangi dengan biaya – biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan untuk mendapatkan penghasilan tersebut. Atas selisih tersebut baru kemudian dikenakan pajak penghasilan sesuai tarif yang telah ditetapkan dengan undang-undang. Akan tetapi kalau ternyata tidak ada selisih berarti yang bersangkutan tidak mendapatkan keuntungan atau bahkan bisa menjadi rugi, apabila memang benar-benar terjadi seperti itu maka yang bersangkutan tidak terutang pajak penghasilan.

Pajak Penghasilan diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 adalah mengatur pengenaan pajak penghasilan terhadap Subjek

Pajak berkenaan dengan penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak. Subjek Pajak tersebut dikenakan pajak apabila menerima atau memperoleh penghasilan. Subjek Pajak yang menerima atau memperoleh penghasilan, dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 disebut Wajib Pajak. Wajib Pajak dikenakan pajak atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya selama satu tahun pajak atau dapat pula dikenakan pajak untuk penghasilan dalam bagian tahun pajak, apabila kewajiban pajak subjektifnya dimulai atau berakhir dalam tahun pajak. Yang dimaksud tahun pajak dalam peraturan ini adalah tahun takwim, namun wajib pajak dapat juga menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun takwim, sepanjang tahun buku tersebut meliputi jangka waktu 12 (dua belas) bulan.

Yang menjadi subjek pajak adalah orang pribadi, badan usaha dan bentuk usaha tetap. Subjek Pajak dibedakan menjadi subjek pajak dalam negeri dan subjek pajak luar negeri. Subjek Pajak dalam negeri adalah :

- a) Orang pribadi yang bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia lebih dari 183 (seratus delapan puluh tiga) hari dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan, atau orang pribadi yang dalam suatu tahun pajak berada di Indonesia dan mempunyai niat untuk bertempat tinggal di Indonesia;
- b) Badan yang didirikan atau bertempat kedudukan di Indonesia, kecuali unit tertentu dari badan pemerintah yang memenuhi kriteria:
 - (1). Pembentukannya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- (2). Pembiayaannya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah;
- (3). Penerimaannya dimasukkan dalam anggaran Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah; dan
- (4). Pembukuannya diperiksa oleh aparat pengawasan fungsional Negara.

Yang termasuk subjek pajak luar negeri adalah :

- a). Orang pribadi yang tidak bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia tidak lebih dari 183 (seratus delapan puluh tiga) hari dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan, dan badan yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia, yang menjalankan usaha atau melakukan kegiatan melalui bentuk usaha tetap di Indonesia; dan
- b). Orang pribadi yang tidak bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia tidak lebih dari 183 (seratus delapan puluh tiga) hari dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan, dan badan yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia, yang dapat menerima atau memperoleh penghasilan dari Indonesia tidak dari menjalankan usaha atau melakukan kegiatan melalui bentuk usaha tetap di Indonesia.

Sedangkan yang dimaksud bentuk usaha tetap adalah bentuk usaha yang dipergunakan oleh orang pribadi yang tidak bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia tidak lebih dari 183 (seratus delapan puluh tiga) hari dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan, dan badan yang

tidak didirikan dan bertempat kedudukan di Indonesia untuk menjalankan usaha atau melakukan kegiatan di Indonesia.

Yang dimaksud dengan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan kepada wajib pajak orang pribadi atau badan usaha yang melakukan transaksi atas barang atau jasa, klasifikasi atas pengenaan jenis pajak ini berdasarkan apakah jenis barang yang ditransaksikan tersebut mempunyai nilai tambah atau tidak. Jenis-jenis transaksi barang dan jasa yang diklasifikasikan dan dikenakan Pajak Pertambahan Nilai dan penentuan besarnya tarif pajak yang terhutang atas transaksi tersebut ditetapkan dengan peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia.

Pajak Pertambahan Nilai tarifnya adalah tunggal yaitu sebesar 10 % dan dalam penerapannya dilapangan diberlakukan dari penjual pertama dipihak produsen sampai kepada tingkat konsumen sebagai mata rantai terakhir. Sekalipun telah terjadi berulang-ulang transaksi sampai kepada pihak konsumen bukan berarti pengenaan Pajak Pertambahan Nilai tersebut adalah lebih dari 10 % , karena pada setiap mata rantai transaksi wajib pajak hanya membayar 10 % dari keuntungannya saja, karena Pajak Pertambahan Nilai yang telah terlanjur dipotong oleh pihak dimana ia membeli sebelumnya barang tersebut bisa kemudian dikreditkan sebagai tambahan untuk menutupi hutang pajak 10 % dari seluruh harga jual barang atau jasa yang diserahkan olehnya. Pada akhirnya pajak Pertambahan Nilai ini dikenakan 10 % pada tingkat konsumen, jadi sesungguhnya jenis pajak ini dibayar seluruhnya oleh konsumen sebagai pemakai produk tersebut.

Sejumlah nilai pajak yang sebelumnya dipungut oleh penjual saat kita membeli barang atau jasa disebut sebagai Pajak Masukan, kemudian pajak masukan ini bisa kita kreditkan pada saat kita kemudian menjual barang atau jasa tersebut. Pajak Masukan tidak semuanya dapat dikreditkan, antara lain apabila pajak masukan didapatkan dalam hal pengeluaran atau pembelian karena sebagai berikut :

- 1).Perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak sebelum Pengusaha dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak;
- 2).Perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak yang tidak mempunyai hubungan langsung dengan kegiatan usaha;
- 3).Perolehan dan pemeliharaan kendaraan bermotor sedan, jeep, station wagon, van, dan kombi kecuali merupakan barang dagangan atau disewakan;
- 4).Pemanfaatan Barang Kena Pajak tidak berwujud atau pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean sebelum Pengusaha dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak;
- 5).Perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak yang bukti pungutannya berupa Faktur Pajak Sederhana;
- 6).Perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak yang Faktur Pajaknya tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (5) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2000, maksudnya dalam pengisiannya harus benar dan formatnya sudah baku, walaupun kemudian ada kesalahan bisa dibetulkan dengan tata cara yang dibenarkan oleh peraturan yang ada;

- 7).Pemanfaatan Barang Kena Pajak tidak berwujud atau pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean yang Faktur Pajaknya tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (6) Undang-Undang No 18 Tahun 2000, maksudnya Direktorat Jenderal Pajak dapat menentukan dokumen tertentu sebagai faktur pajak;
- 8).Perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak yang Pajak Masukannya ditagih dengan penerbitan ketetapan pajak;
- 9).Perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak yang Pajak Masukannya tidak dilaporkan dalam Surat Pemberitahuan Masa Pajak Pertambahan Nilai, yang diketemukan pada waktu dilakukan pemeriksaan.

Yang dimaksud Barang adalah barang berwujud, yang menurut sifat atau hukumnya dapat berupa barang bergerak atau barang tidak bergerak, dan barang tidak berwujud. Yang dimaksud Barang Kena Pajak adalah barang sebagaimana dimaksud dalam pengertian diatas yang dikenakan pajak berdasarkan Undang-undang Nomor 18 Tahun 2000. Pengusaha adalah orang pribadi atau Badan yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang, melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar Daerah Pabean, melakukan usaha jasa, atau memanfaatkan jasa dari luar Daerah Pabean. Yang dimaksud dengan Daerah Pabean adalah wilayah Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, perairan, dan ruang udara di atasnya serta tempat-tempat tertentu di Zona Ekonomi Eksklusif dan Landas Kontinen yang di dalamnya berlaku Undang-undang Nomor 10 Tahun 1995

tentang Kepabeanan. Sedangkan yang dimaksud dengan Pengusaha Kena Pajak adalah Pengusaha sebagaimana dimaksud diatas yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak dan atau penyerahan Jasa Kena Pajak yang dikenakan pajak berdasarkan Undang-undang ini, tidak termasuk Pengusaha Kecil yang batasannya ditetapkan dengan Keputusan Menteri Keuangan, kecuali Pengusaha Kecil yang memilih untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak. Sedangkan Jasa adalah setiap kegiatan pelayanan berdasarkan suatu perikatan atau perbuatan hukum yang menyebabkan suatu barang atau fasilitas atau kemudahan atau hak tersedia untuk dipakai, termasuk jasa yang dilakukan untuk menghasilkan barang karena pesanan atau permintaan dengan bahan dan atas petunjuk dari pemesan. Yang dimaksud dengan Barang Kena Pajak adalah barang sebagaimana dimaksud dalam uraian diatas yang dikenakan pajak berdasarkan Undang-Undang nomor 18 Tahun 2000. Sedangkan Jasa Kena Pajak adalah setiap kegiatan pelayanan berdasarkan suatu perikatan atau perbuatan hukum yang menyebabkan suatu barang atau fasilitas atau kemudahan atau hak tersedia untuk dipakai, termasuk jasa yang dilakukan untuk menghasilkan barang karena pesanan atau permintaan dengan bahan dan atas petunjuk dari pemesan dikenakan pajak berdasarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2000 tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Kemudian yang dimaksud Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) adalah pajak yang dikenakan terhadap bumi dan/bangunan. Bumi adalah permukaan bumi dan tubuh bumi yang ada dibawahnya sedangkan yang dimaksud dengan bangunan adalah konstruksi teknik yang ditanam atau dilekatkan

secara tetap pada tanah dan/atau perairan. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1985 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1994.

Obyek Pajak yang tidak dikenakan Pajak Bumi dan Bangunan adalah objek pajak yang :

- 1) Digunakan semata-mata untuk melayani kepentingan umum di bidang ibadah, sosial, kesehatan, pendidikan dan kebudayaan nasional, yang tidak dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan.
- 2). Digunakan untuk kuburan, peninggalan purbakala, atau yang sejenis dengan itu;
- 3). Merupakan hutan lindung, hutan suaka alam, hutan wisata, taman nasional, tanah penggembalaan yang dikuasai oleh desa, dan tanah negara yang belum dibebani suatu hak;
- 4). Digunakan oleh perwakilan diplomatik, konsulat berdasarkan asas perlakuan timbal balik.
- 5). Digunakan oleh badan atau perwakilan organisasi internasional yang ditentukan oleh Menteri Keuangan.

Pajak Daerah adalah pajak yang dalam pemungutan dan pengelolaannya diberikan kewenangan kepada daerah yang kemudian kontribusinya dimasukkan dalam Anggaran Pendapatan Daerah setiap tahunnya seperti pajak kendaraan bermotor, perpanjangan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK), restribusi galian C dan restribusi parkir dan pemungutan lainnya yang ditetapkan dengan Perda sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan yang lebih tinggi yaitu Undang-Undang.

Pada masing – masing daerah, tugas dan wewenang ini menjadi tanggung jawab dari Dinas Pendapatan Daerah masing-masing Daerah Tingkat II atau Kota. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab dilapangan, maka yang menjadi tugas pokok dan wewenang dalam hal ini bahkan menjadi ujung tombak dalam menggali dan mengumpulkan penerimaan pajak yang telah ditargetkan setiap tahunnya adalah satuan kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama di seluruh Indonesia. Demikian juga di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat setiap tahunnya penerimaan pajak ditargetkan selalu naik dari tahun ketahun. Maka dalam mengemban misi tersebut tingkat pelayanan wajib pajak sangat perlu untuk selalu dan senantiasa diperbaiki dan dievaluasi agar dapat memberikan kepuasan yang berarti bagi wajib pajak. Sehingga pada akhirnya tingkat kepatuhan dari wajib pajak dapat terwujud yang pada akhirnya dapat memberikan sumbangsih bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat pada umumnya.

2. Konsep Jasa

Salah satu kecenderungan terbesar beberapa tahun belakangan ini adalah pertumbuhan jasa yang fenomenal. Industri jasa benar-benar bervariasi baik pada sektor pemerintah dengan pelayanan rumah sakit, kepolisian, militer, pajak dan lainnya. Sektor nirlaba swasta juga tak kalah ketinggalan seperti museum, badan amal, perguruan tinggi, yayasan dan sebagainya, sedangkan sektor bisnis seperti perusahaan penerbangan, hotel, bank, konsultan manajemen dan lainnya. Pada sektor produksi seperti operator komputer, akuntan, dan staf hukum sebenarnya adalah penyedia jasa, bahkan mereka

adalah “pabrik jasa” yang menyediakan layanan kepada “pabrik barang” (Kotler, 2005:110).

Pemasaran bukan saja mencakup hasil-hasil produksi berupa benda saja, tetapi juga mencakup bidang jasa (*service*). Dalam beberapa hal pemasaran jasa sedikit berbeda dengan penjualan produk yang berupa benda, karena biasanya sifat dan jasa atau *service* itu bukanlah kebendaan dan sering tidak dapat dipisahkan dari orang yang menghasilkan atau memberi jasa tersebut. Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu (Kotler, 2005:111).

A service can be define as any activity or benefit that one party can offer another that is essential intangibe and that does not result in the ownership anything. It's production may or may not tied to a physical product, (Kotler, 2003) Jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud yang tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apa pun. Dalam produksinya, jasa bisa terikat pada suatu produk fisik, tetapi bisa juga tidak.

Selanjutnya batasan tentang jasa (*service*) juga dijabarkan oleh Zeithaml and Bitner (2002) sebagai berikut, “*service is all economic acivities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that time it is produced, and provides added value in forms such as convenience, amusement, comfort or health.*” Jasa dianggap sebagai tindakan proses dan tampilan. Jasa tidak hanya dihasilkan oleh perusahaan jasa, tetapi merupakan hal integral yang ditawarkan juga oleh perusahaan

manufaktur. Banyak perusahaan jasa murni sekarang menggunakan internet untuk menjangkau pelanggan. Menjelajah situs internet sebentar saja, akan ditemukan sejumlah besar penyedia jasa maya.

Jadi, pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah, seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan, kesehatan atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen. Sementara itu perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah mereka yang memberikan konsumen produk jasa, baik yang berwujud atau tidak berwujud, seperti transportasi, hiburan, restoran, hotel dan pendidikan. Bentuk jasa pelayanan yang dilakukan selama ini adalah setiap wajib pajak yang berurusan untuk setiap jenis pajak dilayani oleh petugas dan tempat pelayanan yang berbeda. Atas pelayanan yang demikian mengakibatkan banyaknya keluhan dari para wajib pajak yang terkesan diperlakukan tidak nyaman dan bahkan merasa dipersulit, karena pelayanan yang diberikan tidak bisa sekaligus menyelesaikan masalah untuk wajib pajak yang kebetulan berurusan untuk beberapa jenis pajak sekaligus. Masalah lain juga mengakibatkan wajib pajak tidak bisa efisien untuk memanfaatkan waktu. Melihat perkembangan yang demikian tersebut, maka sejak September 2007 di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat telah memberlakukan sistem administrasi modern dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi, dimana wajib pajak bisa memilih untuk melakukan kewajibannya tanpa harus berhadapan langsung

dengan petugas pajak tetapi cukup dari layar komputer secara *on line*, tetapi sebelumnya diwajibkan terlebih dahulu mengikuti prosedur yang ada untuk menyelaraskan laporan wajib pajak langsung bisa masuk ke sistem yang ada di kantor pajak. Juga pelayanan dilakukan dengan sistem satu atap, dimana untuk semua jenis pajak dilayani pada satu tempat dan bahkan untuk masing-masing wajib pajak diberikan pelayanan lebih istimewa dengan menyediakan pendamping sebagai konsultan pajak secara pribadi oleh seorang AR (*Account Representative*). Dimana seorang AR akan melayani, memandu juga memberikan konsultasi tentang apa saja mengenai hak dan kewajiban dari para wajib pajak juga memproses mengenai segala jenis permohonan yang diajukan oleh wajib pajak. Untuk setiap permohonan ataupun laporan yang disampaikan langsung oleh wajib pajak terlebih dahulu didaftarkan di TPT (Tempat Pelayanan Terpadu) kemudian mendapatkan bukti pendaftaran sebagai pedoman untuk memantau proses selanjutnya. Kemudian proses penyelesaiannya akan dilakukan oleh seorang AR sampai tuntas, untuk memantau dan mengetahui bagaimana proses akhirnya wajib pajak akan hanya berhubungan dengan AR dan dalam kesempatan yang sama wajib pajak bisa melakukan konsultasi tentang berbagai hal mengenai pajak. Dalam melakukan tugasnya tersebut para AR terikat pada kode etik dan wajib menyelesaikan setiap persoalan yang disampaikan oleh setiap wajib pajak yang berada dibawah pengawasannya.

3. Karakteristik Jasa

Karakteristik pokok dari jasa yang membedakannya dengan barang ada empat (Kotler, 2005:112) yaitu:

- a. Tidak Berwujud (*intangibility*), jasa bersifat *intangibile* artinya tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dicium, sebelum dibeli. Guna mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari bukti mutu jasa tersebut. Mereka akan menarik kesimpulan mengenai mutu dan tempat, orang-orang, peralatan, bahan komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat. Karena itu, tugas penyedia jasa tersebut adalah mengelola bukti tersebut untuk mewujudkan sesuatu yang tidak berwujud.
- b. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*), biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Hal ini tidak berlaku bagi barang-barang fisik, yang diproduksi, disimpan sebagai persediaan, didistribusikan melalui banyak penjual, dan dikonsumsi kemudian. Jika seseorang memberikan jasa tersebut, penyediannya adalah bagian dari jasa itu, karena klien tersebut juga hadir pada saat jasa itu dihasilkan, interaksi penyedia-klien merupakan ciri khusus pemasaran jasa.
- c. Bervariasi (*Variability*), jasa sangat bervariasi karena bergantung pada siapa yang memberikannya dan kapan, serta dimana diberikan jasa sangat bervariasi. Perusahaan-perusahaan jasa dapat mengambil tiga langkah dalam rangka mengendalikan mutu yaitu berinvestasi dalam perekrutan, dan pelatihan yang baik. Menetapkan standar proses pelaksanaan jasa di seluruh organisasi tersebut dengan menyediakan cetak biru jasa (*service blueprint*) yang menggambarkan kejadian-

kejadian dan proses dalam grafik alur, dengan tujuan untuk mengenali titik-titik kemungkinan kegagalan.

- d. Tidak Tahan Lama (*Perishability*), jasa tidak dapat disimpan. Sifat jasa yang mudah rusak (*perishability*) tersebut tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan-perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit.

Tidak ada perbedaan karakteristik jasa secara umum dengan karakteristik jasa pelayanan pajak yang diberikan oleh pegawai pada kantor pajak. Karena pada dasarnya pelayanan yang diberikan oleh para pegawai pajak tujuannya adalah sama supaya wajib pajak merasa puas dan berkesan sehingga tidak berat hati untuk datang kembali dan dengan sukarela akan menunaikan kewajibannya.

4. Pengertian Kualitas Jasa

Mendefinisikan kualitas dengan tepat tidaklah mudah, namun umumnya kualitas dapat dirinci. Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*), kualitas dipandang secara lebih khas, di mana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan, dan manusia. Hal ini nampak jelas pada definisi yang dirumuskan oleh Goetsh dan Davis bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Arief, 2006:117).

The American Society for Quality Control mengartikan kualitas sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun implisit (Arief,

2006:118). Hal ini berarti fitur produk atau jasa juga ikut menentukan mutu yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Jadi dari berbagai pendapat diatas menunjukkan bahwa, suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi konsumen akan nilai produk tersebut, artinya mutu merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen.

Perusahaan-perusahaan juga mencoba memperlihatkan mutu jasanya melalui bukti langsung dan penyajian. Hotel akan mengembangkan penampilan dan gaya dalam menangani pelanggan yang mewujudkan proporsi nilai pelanggan yang dimaksudkannya, baik kebersihan, kecepatan, atau suatu manfaat lain (Keaveney, 1995:71). Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa (Parasuraman, *et al.*, 1998), yaitu *expected service* (jasa yang diharapkan) dan *perceived service* (jasa yang dirasakan).

Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas yang dipersepsikan buruk. Artinya, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten. Ekspektasi pelanggan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan sangat berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan terutama bauran pemasaran yang ditawarkan termasuk layanan yang diberikan (Hatane, 2006).

Baik tidaknya kualitas jasa tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama (Christian, 2004:102) yaitu :

1. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman, et al. , *technical quality* dapat dirinci sebagai berikut:
 - a. *Search Quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
 - b. *Experience Quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi, seperti ketepatan waktu, kecepatan, pelayanan, dan kerapian hasil.
2. *Functional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
3. *Corporate Image*, yaitu profil, reputasi, citra umum, daya tarik khusus suatu perusahaan.

Kualitas jasa pelayanan pajak yang baik adalah setiap wajib pajak yang dilayani oleh pegawai pajak dapat melakukan tugas dan wewenangnya dengan baik, beretika dan penuh tanggung jawab. Artinya disaat wajib pajak membutuhkan penghargaan atas partisipasinya pegawai pajak memperlakukannya dengan sepenuh hati. Pada saat wajib pajak membutuhkan penyelesaian atas suatu proses perlu adanya kepastian, maka pegawai pajak menyelesaikannya dengan limit waktu yang pasti. Ketika wajib pajak masih ragu atas sesuatu yang menjadi tanggung jawabnya, pegawai pajak harus bisa menjelaskan secara rinci dan jelas dengan landasan argumen dan peraturan yang ada. Ketika wajib pajak membutuhkan

adanya transparansi dalam setiap melakukan kewajibannya, maka pegawai pajak dapat menunjukkan diri dan menjelaskan secara transparan bahwa apa yang dilakukannya adalah untuk kepentingan bangsa dan negara. Sehingga reputasi dan citra umum yang baik dari pegawai pajak dapat terbentuk dimata masyarakat, hal ini akan dapat meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat akan lembaga Direktorat Jenderal Pajak secara keseluruhan. Apabila kemudian ternyata ada pegawai pajak yang melakukan tugasnya berlawanan dengan uraian tersebut di atas maka dapat dipastikan bahwa yang bersangkutan tidak menjaga dan mengawal kualitas jasa pelayanan pajak yang baik.

5. Kualitas Pelayanan dan Dimensi Kualitas Jasa

Kualitas pelayanan yaitu reputasi produk dan tanggung jawab perusahaan dalam hal citra dan reputasi produk jasa dan tanggung jawab perusahaan terhadap konsumen atas perjanjian yang telah dijanjikan atau yang ditawarkan sebelumnya dengan pelaksanaannya. Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Wyckof (dalam Loyelock, 1998), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman, et al., 1998).

Beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, (Lupiyoadi, 2001:67) antara lain:

- a. Penampilan, yang sangat penting dan menjadi salah satu tolak ukur dan bukti langsung yang dinilai oleh konsumen, seperti penampilan dalam hal berpakaian pada waktu hari kerja.
- b. Sikap, yang baik dan sesuai dengan prosedur yang telah diterapkan oleh pihak perusahaan, dalam memberikan kepuasan kepada konsumen.
- c. Tanggung Jawab, merupakan semua pekerjaan harus diselesaikan dengan baik dan benar dan dipertanggung jawabkan sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- d. Disiplin, akan memperlancar segala peraturan yang telah ditentukan oleh manajemen dan akan memberikan kelancaran terhadap tujuan dari perusahaan.
- e. Kejujuran, sangatlah penting diterapkan pada setiap karyawan maka kejujuran dipandang perlu oleh manajemen untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.
- f. Kualitas Kerja, sudah tentu kualitas kerja sangatlah berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang akan diberikan dan juga secara tidak langsung akan dievaluasi oleh manajemen melalui peningkatan pengetahuan terhadap karyawan.
- g. Kuantitas Kerja, sama halnya dengan kualitas kerja, kuantitas kerja merupakan tolak ukur untuk menilai prestasi kerja dan karyawan.
- h. Kesetiaan, atau loyalitas terhadap perusahaan sangatlah penting untuk mencapai tujuan apa yang diinginkan oleh manajemen itu memperoleh laba

yang maksimal, disamping itu juga memberikan *service* kepada kousumen dengan harapan timbul rasa puas pada konsumen yang rnenggunakan jasa perusahaan.

- i. Kerjasama, yang baik antara masing-masing karyawan agar terciptanya suasana kekeluargaan. Dengan terciptanya kerjasama yang baik antara masing-masing karyawan sudah tentu akan terciptanya kualitas kerja yang diharapkannya oleh manajemen disamping itu akan timbul kepuasan bagi setiap konsumen.

- j. Inisiatif, dan daya nalar karyawan sangatlah diperlukan untuk memaksimalkan dan menyempurnakan *service* yang diberikan kepada konsumen. Konsep kualitas pelayanan seperti uraian tersebut memang sudah diterapkan di setiap pegawai pajak pada setiap unit tempat tugasnya, mengenai seberapa besar pengaruh dalam kualitas pelaksanaannya diserahkan kepada penanggung jawab dimasing-masing unit kantor pajak bersangkutan.

Kualitas jasa suatu perusahaan diuji dalam setiap pertemuan jasa. Pelanggan menciptakan harapan-harapan layanan dan pengalaman masa lalu, cerita dari mulut ke mulut dan iklan. Pelanggan juga akan membandingkan jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan (Kotler, 2005:122).

Instrumen resmi untuk mengukur persepsi konsumen mengenai pelayanan yang diberikan menjadi teramat penting, khususnya karena ia bisa menjadi bukti evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang menghasilkan kepuasan atau ketidakpuasan dimana ini kemudian dihubungkan dengan daya beli kembali (*repurchase*), kesetiaan (*loyalty*) dan keinginan untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan penyedia layanan jasa.

Kualitas biasanya tidak ditentukan oleh satu atribut atau dimensi tunggal dari suatu barang atau jasa, tetapi ditentukan oleh beberapa atribut (Tjiptono, 2004:70). Parasuraman, Zeithaml, dan Berry merumuskan model mutu jasa yang menekankan syarat-syarat utama dalam memberikan mutu jasa yang tinggi yang dikenal dengan istilah *Servqual Dimension* (Kotler, 2005:122) terdiri dari dimensi-dimensi menurut tingkat kepentingannya antara lain:

- a. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat, andal, bertanggungjawab dan memuaskan.
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan tanggap, cepat dan tepat, seperti menyelesaikan keluhan, informasi yang jelas, tindakan pelayanan cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
- d. Empati (*Empathy*), yaitu Kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.
- e. Bukti langsung (*Tangibles*), mencakup penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan karyawan, dan bahan komunikasi.

6. Kesenjangan-Kesenjangan Pada Kualitas Pelayanan

Service Quality (Servqual) atau kualitas pelayanan menurut konsep yang diketengahkan Zeithaml mengaitkan dua dimensi sekaligus, yaitu di satu pihak penilaian *Servqual* pada dimensi pelanggan (*Customer*), dan di pihak lain pada dimensi provider atau orang-orang yang melayani dan tingkat manajerial hingga ke tingkat *front line service*.

Pada kedua dimensi tersebut dapat saja terjadi kesenjangan atau *gap* antara harapan-harapan dan kenyataan-kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan, dengan persepsi manajemen (hingga *front line service*) terhadap harapan-harapan pelanggan tersebut. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1998) memformulasikan model kualitas pelayanan (*Service Quality Model*) yang menjadi prasyarat untuk menyampaikan kualitas pelayanan yang baik. Dari model tersebut diidentifikasi lima *gap* yang menyebabkan ketidaksuksesan penyampaian jasa. Adapun *gap* yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. *Gap Between Consumer Expectation and management Perception:*

Kesenjangan antara harapan konsumen dan beberapa persepsi manajemen timbul karena manajemen tidak selalu aware. Tidak mengetahui sepenuhnya apa keinginan konsumen. Penyebab terjadinya kesenjangan tersebut antara lain:

- a. Perusahaan kurang berorientasi pada riset pasar atau kurang memanfaatkan temuan-temuan riset tentang keinginan konsumen.
- b. Ketidalcukupan komunikasi ke atas, yaitu arus informasi yang menghubungkan pelayanan ditingkat *front line service* dengan kemauan ditingkat atas (*miscommunication*).
- c. Banyaknya tingkatan-tingkatan dalam struktur organisasi akan menjauhkan jarak pengambilan keputusan.

2. *Gap Between Management perception and Service-Quality Specification.*

Kesenjangan persepsi manajemen dengan kualitas jasa. Mungkin manajemen sudah mengetahui keinginan konsumen, tetapi manajemen tidak sanggup dan tidak sepenuhnya melayani keinginan konsumen tersebut. Intinya pihak

manajemen kurang teliti terhadap detail jasa yang ditawarkan. Penyebab terjadinya gap ini adalah:

- a. Kurangnya komitmen manajemen terhadap kualitas pelayanan.
- b. Tidak adanya standarisasi tugas.
- c. Rencana tujuan yang kurang jelas
- d. Persepsi berbeda terhadap yang dikerjakan.

3. *Gap Between Service-Quality Specification and Service Delivery.*

Kesenjangan kualitas jasa dengan penampilan jasa, karena kurang terlatihnya karyawan dalam melayani sehingga cara penyampaian jasa kurang sempurna.

Penyebab terjadinya *gap* ini adalah:

- a. *Role ambiguity*, yaitu kecenderungan yang menimpa pegawai *front line service* terhadap kondisi bimbang dalam memberikan pelayanan karena tidak terdapatnya kepastian standarisasi dan tugas-tugas mereka.
- b. *Role conflict*, kecenderungan untuk mana karyawan merasa tidak memiliki kemampuan untuk memuaskan konsumen.
- c. Tidak ada kesesuaian antara *skill* karyawan dengan bidang tugas.
- d. Kurangnya teknologi yang sesuai
- e. Karyawan merasa kurang mendapat perhatian.
- f. Sistem control pengawas yang tidak berfungsi dengan baik
- g. Kurangnya *teamwork*.

4. *Gap Between Service Delivery and External Communications.*

Kesenjangan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal dapat terjadi akibat perbedaan antara jasa yang diberikan dengan janji-janji yang diobral

pada iklan, brosur, atau media promosi lainnya. Penyebab terjadinya gap ini adalah:

- a. Ketidacukupan komunikasi horizontal antara level operasional, antara bagian penjual dengan bagian operasional dan antara cabang-cabang dengan induk organisasi.
- b. Kecenderungan menjanjikan sesuatu pada pelanggan secara berlebihan.

5. *Gap Between Percieved Service and Expected Service.*

Kesenjangan jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan karena jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang diharapkan atau dibayangkan konsumen.

Akhirnya, jika digabungkan maka berbagai kesenjangan tersebut akan menjadi *The Extended Gaps Model of Service Quality.*

7. **Kepuasan Pelanggan.**

Kepuasan pelanggan merupakan konsep yang telah lama dikenal dalam ilmu pemasaran. Peta persaingan semakin meningkat tajam, preferensi dan perilaku pelanggan berubah, teknologi informasi berkembang pesat mendorong organisasi lebih fokus menghadapi dan menanggapi kepuasan pelanggan untuk menjamin pengembangan organisasi.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci dari keberhasilan setiap organisasi karena pada dasarnya setiap organisasi mempunyai konsumen atau konstituen untuk dilayani dan hal ini menyebabkan kepuasan pelanggan menjadi kosa kata wajib bagi organisasi bisnis ataupun organisasi nirlaba. Menurut Schnaars (1991) yang dikutip oleh Tjiptono (1997) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang puas.

Menurut Irawan (2004), kepuasan pelanggan merupakan harapan semua organisasi yang memasarkan produk, mempunyai konsumen dan pelanggan untuk dilayani. Hal ini merupakan kunci kesuksesan atau keberhasilan organisasi tersebut. Kepuasan pelanggan adalah istilah yang menggambarkan tingkat kesesuaian antara apa yang diharapkan dengan apa yang dialami pelanggan ketika mengkonsumsi atau menggunakan jasa atau produk yang dikeluarkan oleh produsen. Barkelay & Saylor (1994) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan atau sering disebut dengan *total customer satisfaction* merupakan fokus dari proses *customer driven project management* (CDPM) yang menyatakan kepuasan pelanggan adalah kualitas.

Beberapa pakar mendefinisikan kepuasan pelanggan seperti yang dikutip oleh Tjiptono (2008) antara lain: Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman memakai produk (Cadotte, Woodruff & Jenkins, 1997), atau kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan (Tse & Wilton, 1988). Definisi lainnya adalah dari Fornel (1992) yaitu evaluasi purna beli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra pembelian.

Sedangkan menurut Kotler (2006) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Pemahaman terhadap harapan pelanggan oleh *supplier* merupakan masukan untuk melakukan perbaikan dan peningkatan

kualitas produk. Jadi kepuasan pelanggan terletak pada kemampuan produsen dalam memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan sehingga penyampaian produk oleh produsen sesuai harapan. Kepuasan pada manusia pada dasarnya adalah bersifat individual dan setiap individu mempunyai tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut sangat tergantung dari tingkat pendidikan, luasnya pengalaman, pekerjaan, lingkungan pergaulan dan lingkungan pekerjaan serta karakteristik biologis individu itu sendiri. Semakin banyak pengalaman, semakin tinggi pendidikan serta semakin luasnya pergaulan dari individu tersebut akan sangat berbeda tingkat kepuasannya. Hal ini terjadi oleh karena terbentuknya sistem nilai yang berkembang pada individu itu sendiri.

Dari berbagai definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan konsumen dalam menggunakan ataupun mengkonsumsi suatu produk. (Tjiptono, 1997)

Konsep kepuasan pelanggan sampai dengan saat ini masih tetap menjadi perdebatan dikalangan para pakar. Beberapa pendapat antara lain yaitu model Oliver :

a. Perspektif Psikologi dari kepuasan pelanggan :

1). *Model Kognitif* :

Pada model ini penilaian pelanggan didasarkan pada perbedaan suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang lokal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain penilaian tersebut didasarkan pada selisih atau perbedaan antara

yang ideal atau yang aktual. Apabila yang ideal sama dengan yang sebenarnya (Persepsi atau yang dirasakannya), maka pelanggan akan sangat puas terhadap produk/jasa tersebut dan demikian pula sebaliknya.

2). *Model Afektif*:

Model ini menyatakan bahwa penilaian individual terhadap suatu produk atau jasa tidak semata – mata berdasarkan perhitungan rasional namun juga berdasarkan kebutuhan subyektif, aspirasi dan pengalaman. Fokus model afektif lebih menitik beratkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar *Learning (Behavior)*, Emosi, suasana hati (*Mood*) dan perasaan spesifik seperti apresiasi, kepuasan dan keengganan.

b. Konsep kepuasan pelanggan dari perspektif TQM :

Total Quality Manajemen (TQM) merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan bisnis yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan secara berkesinambungan atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya. Sistem manajemen TQM berlandaskan pada usaha menyangkut kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi.

Dalam dunia bisnis maupun dalam pelayanan publik, kepuasan pelanggan menempati posisi penting karena manfaat yang dapat ditimbulkannya bagi perusahaan ataupun lembaga pelayanan publik. Konsumen yang terpuaskan cenderung akan bersifat loyal (Anderson dkk, 1994; Fornel dkk, 1996).

Kantor Pajak adalah salah satu organisasi layanan publik dibidang pelayanan kepada masyarakat dalam rangka penggalian dan penghimpunan dana pajak

masyarakat milik pemerintah, sehingga tidak bisa lepas dari harapan untuk bisa memuaskan pelanggan yang dalam hal ini adalah masyarakat wajib pajak yang membutuhkan pelayanan dibidang perpajakan. Dengan kualitas pelayanan yang terjaga baik dan bermutu akan bisa memberikan kepuasan kepada masyarakat sehingga masyarakat tidak ragu-ragu untuk datang ke Kantor Pajak untuk mengurus dan berkonsultasi masalah-masalah perpajakan. Sehingga harapan pemerintah penerimaan Negara dari sektor pajak dapat tercapai sesuai target yang ditetapkan oleh DPR dalam APBN (Anggaran pendapatan dan Belanja Negara) setiap tahunnya. Kemudian atas penggunaannya bagi kelangsungan pemerintahan dan bernegara termasuk pembayaran gaji pegawai negeri sipil, polisi, tentara, pejabat negara di eksekutif dan legislatif juga pembangunan proyek-proyek fisik dan non fisik dapat berjalan baik dan lancar juga pembayaran hutang-hutang negara dapat dibayarkan sesuai jadwal waktu jatuh temponya sehingga perputaran dana tersebut dapat menggerakkan kembali dan menggairahkan pertumbuhan ekonomi yang pada akhirnya diharapkan dapat mensejahterakan masyarakat pada umumnya.

Masalah tingkat kepuasan dalam hal ini adalah masyarakat wajib pajak sangat penting untuk diketahui dan diteliti karena mempunyai manfaat yang besar baik bagi sebuah institusi dan para pengambil keputusan juga bagi karyawan yang berhubungan langsung dengan masyarakat yang harus dilayani, dimana dengan hasil penelitian tersebut dapat dipakai sebagai barometer tingkat keberhasilan dari sebuah lembaga apakah ia sudah dapat mengemban misinya sebagai pelayan yang melayani bukan untuk dilayani. Disamping itu pengambil keputusan dapat

merencanakan tentang agenda kerja dikemudian hari dan dapat melakukan evaluasi terhadap kinerjanya selama ini.

8. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Pemantauan dan Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan hal ini di karenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi dan strategi peningkatan kepuasan pelanggan (Tjiptono , 1997)

Prinsip dasar yang melandasi pentingnya kepuasan pelanggan adalah “*Doing Best What Matters and Most to Customers*” atau melakukan yang terbaik aspek-aspek terpenting bagi pelanggan (Tjiptono , 2008)

Mengingat kepuasan pelanggan merupakan ukuran yang relatif, maka pengukurannya tidak boleh hanya bersifat “*One Time, Single Short Studies*” justru sebaliknya pengukuran kepuasan pelanggan harus dilakukan secara reguler agar dapat menilai setiap perubahan yang terjadi dalam kaitannya dengan jalinan relasi setiap pelanggan (Keith, Hunt, 1991 dan Ralph, Day 1994 dalam Hasan, Ali 2008)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu (Hasan, Ali , 2008). Sedangkan menurut Kotler et al., 1996 (dalam Tjiptono, Fandy, 1997) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

- a. Sistem keluaran dan saran :

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*Customer Oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang dipergunakan misalnya kotak saran, kartu komentar, saluran telpon khusus bebas pulsa dan sebagainya.

b. *Ghost shopping*:

Memperkerjakan beberapa orang (*Ghost Shopper*) untuk berperan dan bertsifat sebagai pelanggan atau sebagai pembeli potensial produk perusahaan dan produk pesaing

c. *Lost customer analysis*:

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau pindah ke pemasok lain agar dapat memahami alasan dibalik pemberhentian tersebut. Disamping itu juga untuk dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

d. Survey kepuasan pelanggan :

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survey. Jenis-jenis survey misalnya melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*Feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

9. Layanan Jasa Dan Kepuasan Pelanggan

Beberapa penulis (Mittal dan Kamakura, 2001) telah menunjukkan bahwa maksud dari perilaku bisa atau tidak bisa menjadi prediksi perilaku yang akurat. Namun, jika hal itu ada, maka konsepsi maksud perilaku penting bagi penyedia jasa. Khususnya akankah seorang pelanggan menjaga hubungan bisnis yang terulang, tetap bertahan dengan perusahaan yang sama dalam waktu lama? Memuaskan pelanggan yang tetap bersama dengan perusahaan dalam waktu lama cenderung berdampak pada keuntungan perusahaan dalam beberapa hal. Pertama, bisnis ulang mereka menghasilkan pemasukan bagi perusahaan. Kedua, karena pengeluaran dari pembuatan iklan, promosi dan kegiatan start-up, memperoleh pelanggan baru bisa mengeluarkan biaya lebih besar daripada mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga, pelanggan yang setia (dan terpuaskan) seringkali “menyebarkan berita yang baik” dan merekomendasikan jasa-jasa itu ke orang lain (Anderson dan Sullivan, 1990; Reichheld dan Sasser, 1990; Zeithaml et al., 1996).

10. Kajian Penelitian Sebelumnya

Sebagai publikasi penelitian sebelumnya dilakukan tahun 2001 oleh I.Wayan Suana, Mahasiswa Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Udayana dengan judul tesis, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan di Ulam Restaurant Nusa Dua. Tujuan penelitian yang hendak dianalisis adalah, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dan untuk mengetahui faktor-faktor mana yang dominan mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan yang makan di Ulam Restaurant Nusa

Dua. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis faktor dengan hasil analisis yang didapat, bahwa secara keseluruhan terdapat empat faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dan yang dominan berpengaruh adalah faktor keandalan.

Sebelumnya juga dilakukan penelitian oleh Dewa Gde Putra Agus Arimbawa Mahasiswa Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Udayana dengan judul tesis, Faktor Penentu Dimensi Kualitas Pelayanan (Servqual) Terhadap Kunjungan Wisatawan Pada Pertiwi Resort & Spa Ubud Bali. Tujuan penelitian yang hendak dianalisis adalah, mengetahui pengaruh faktor-faktor penentu "kualitas jasa terhadap tingkat kepuasan wisatawan pada Hotel Pertiwi Resort & Spa Ubud- Bali.

Penilaian kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan juga dilakukan pada Hotel Satika di Surabaya oleh Haditya. M, mahasiswa Magister Manajemen Universitas Jember. Tujuan penelitiannya untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Santika Surabaya, dan untuk mengetahui faktor yang dominan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Dianalisis dengan analisis faktor ditemukan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain, keramahan, pelayanan, perhatian secara individu, fasilitas restaurant dan yang dominan berpengaruh adalah faktor keramahan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama- sama menganalisis tingkat kepuasan, terhadap kualitas pelayanan, dilihat dari aspek dimensi kualitas jasa dan dianalisis menggunakan alat analisis yang sama yaitu, Analisis Faktor. Perbedaan penelitian sekarang dengan terdahulu, dimana pada

penelitian terdahulu dilakukan pada jasa pariwisata dan sarana pendukungnya, sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada instansi pemerintah pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat dalam melakukan pelayanannya kepada masyarakat.

B. Kerangka Berfikir Penelitian

Tingkat kepuasan pelayanan yang dilakukan oleh setiap pegawai pajak terhadap masyarakat yang dilayani oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat akan dikaji berdasarkan teori dimensi kualitas pelayanan (*servqual*), dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dengan menekankan pada syarat-syarat utama dalam memberikan mutu jasa yang tinggi yang dikenal dengan istilah *Servqual Dimension* (Kotler 2005:122) terdiri dari dimensi-dimensi menurut tingkat kepentingannya yaitu variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empaty*. Analisis kualitas pelayanan (*servqual*) terhadap kepuasan pelanggan, dilakukan guna menjawab hipotesis yang diajukan dengan menggunakan alat analisis faktor. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan studi dan tinjauan pustaka maka terlebih dahulu disusun kerangka berpikir penelitian.

Kerangka proses berpikir di atas, menggambarkan peranan studi teoritik dan empirik dalam penyusunan tesis sebagai Tugas Akhir Program Magister (TAPM) diawali dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan studi dan tinjauan pustaka. Perumusan masalah disusun berdasarkan latar belakang masalah yang didukung dengan studi teoritik dan empirik. Studi teoritik dan empirik menghasilkan kerangka teoritik dan empirik.

Uji statistik memberikan informasi tentang kajian selanjutnya sehingga dapat dievaluasi apakah hal tersebut sesuai dengan studi teoritik atau empirik yang digunakan untuk mendukungnya, bertentangan atau tidak dengan studi teoritik atau empirik dapat mempengaruhi hasil penelitian tersebut. Hasil uji tersebut diinterpretasikan sebagai konklusi yang dijabarkan dalam tesis. Konklusi dari hasil studi yang diuraikan menjadi temuan studi yang berupa pendukung, penyempurnaan, atau bantahan terhadap teori atau studi empirik sebelumnya bahkan dapat merupakan temuan teori baru. Hasil temuan dalam tesis diharapkan memberikan kontribusi terhadap kebijakan maupun khasanah ilmu.

C. Definisi Konsep dan Operasional

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan secara teoritis adalah sangat erat sehingga kepuasan pelanggan akan menghasilkan *outcome* berupa peningkatan nilai penjualan dan loyalitas pelanggan. Demikian pula hubungan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan wajib pajak adalah saling berpengaruh, dimana apabila kualitas pelayanan yang dirasakan tidak baik bahkan sampai pada katagori buruk, maka dapat dipastikan bahwa tingkat kepuasan wajib pajak tidak akan terpenuhi. Dilain pihak dalam situasi yang demikian akan berakibat kepada tujuan yang ingin dicapai dalam menjalankan misi dari Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak guna untuk menghimpun dana dari pajak sesuai dengan target yang telah ditetapkan tidak akan bisa terwujud. Kualitas pelayanan yang baik harus diikuti oleh implementasi kebijakan pelayanan yang tepat karena baik buruknya

kebijakan pelayanan juga akan berdampak pada kualitas pelayanan dan akhirnya terhadap kepuasan wajib pajak.

Selain menunjukkan hubungan antar variabel juga menunjukkan dimensi-dimensi masing-masing variabel yang membentuknya. Variabel-variabel yang membentuk kepuasan pelanggan adalah dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Variabel-variabel yang membentuk dimensi *tangible* adalah, bangunan, fasilitas, penampilan karyawan, dan media promosi dan sosialisasi yang dipergunakan Direktorat Jenderal Pajak pada setiap Kantor Pelayanan Pajak. Variabel-variabel yang membentuk dimensi *reliability* antara lain, pelayanan yang andal, pelayanan sesuai janji, pelayanan tepat waktu, dan menghindari keluhan wajib pajak. Dimensi *responsiveness* dibentuk oleh variabel-variabel, kecepatan penyelesaian keluhan, kecepatan layanan informasi dan administrasi, dan kecepatan merespon permintaan pelanggan dalam hal ini keinginan dari masyarakat wajib pajak. Variabel-variabel yang membentuk dimensi *assurance* antara lain, pengetahuan akan berbagai aturan dan perangkat kerja karyawan, kesopanan karyawan, keramahan karyawan, dan kenyamanan serta keamanan bagi wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat. Dimensi *empathy* dibentuk oleh variabel perhatian secara individu, perhatian tulus, menjalin hubungan kereliasian, melayani sesuai janji, dan paham akan kebutuhan masyarakat wajib pajak.

Dalam rangka memberikan kepuasan akan pelayanan yang didapatkan oleh masyarakat wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya, sebagaimana halnya mengenai kejelasan yang harus didapatkan dalam rangka pelayanan, maka kriteria wajib pajak sebagai obyek penelitian dapat dijelaskan adalah seseorang

warga Negara baik lokal atau asing dan juga badan hukum yang terdaftar di Indonesia dimana atas kegiatan yang bersifat ekonomis di lakukan di Indonesia dimana atas mereka tersebut mempunyai identitas Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

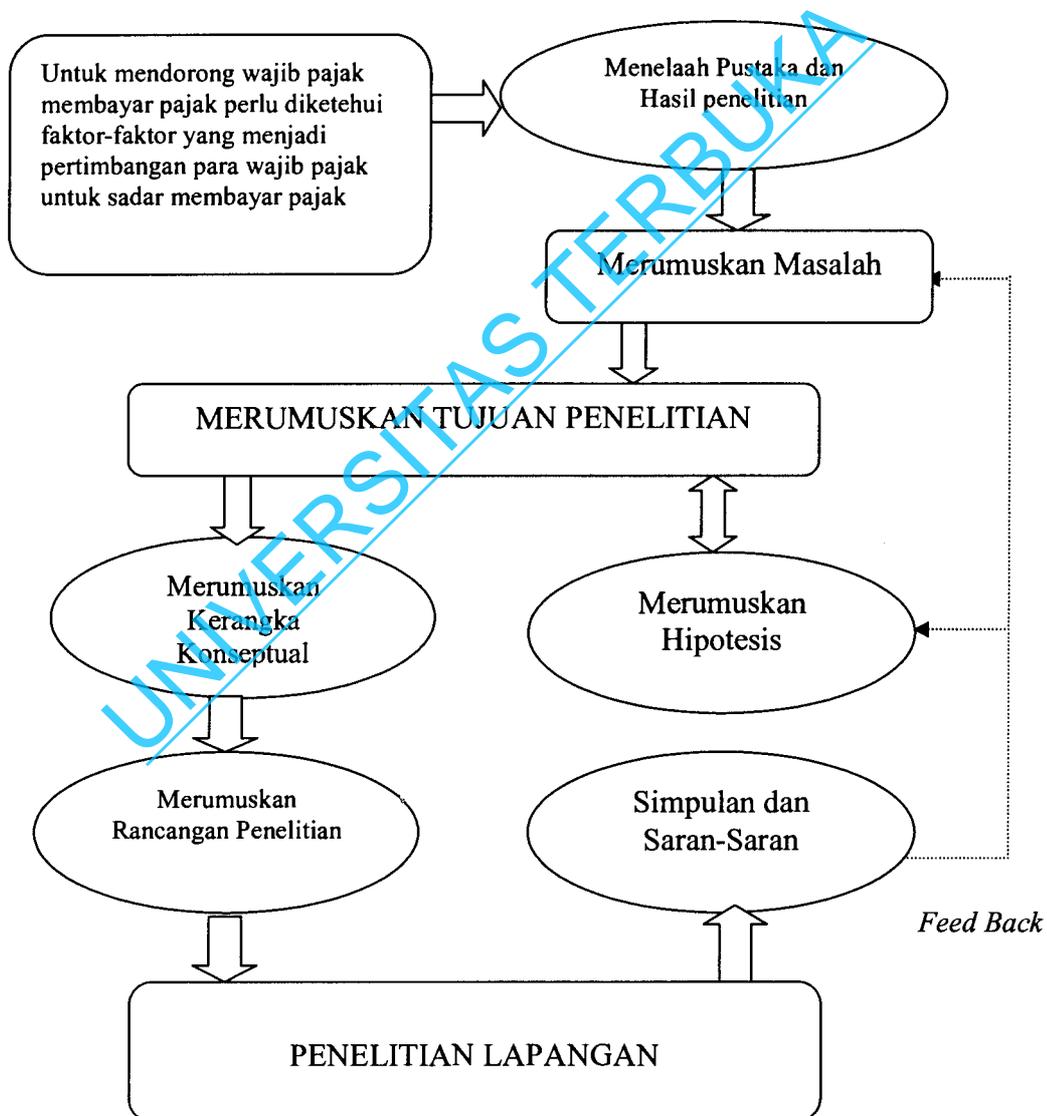
UNIVERSITAS TERBUKA

BAB III.

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode berdasarkan etnografi atau wilayah domisili dari tempat kegiatan usaha dari masing-masing responden yang menjadi target penelitian. Desain penelitian pada penelitian ini adalah seperti Gambar 3.1



Gambar 3 Rancangan Penelitian
Sumber: Sekaran (2002:153)

B. Populasi dan Sampel

Penelitian yang akan dilakukan sebagai gambaran yang dapat mewakili keadaan wajib pajak secara keseluruhan, akan dipilih secara acak untuk wajib pajak yang berdomisili di wilayah Kodya Denpasar, khususnya pada Kecamatan Denpasar Barat dan Kecamatan Denpasar Utara sebagai wilayah kerja dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat. Pemilihan wilayah tersebut adalah merupakan populasi dari obyek penelitian juga didasarkan atas pertimbangan sebagai wilayah bisnis yang cukup berkembang di wilayah kota Denpasar. Mengenai waktu akan ditentukan kemudian, setelah adanya kepastian mengenai keputusan apakah tema dan obyek dari penelitian tersebut sudah mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing

Sampel dalam penelitian ini diambil dari data populasi yang dikaitkan dengan teknik Analisis Faktor sebagai alat analisis. Menurut Malhotra (2005:291) dikatakan bahwa jumlah sampel yang ideal untuk Analisis Faktor adalah minimal empat sampai lima kali jumlah variabel penelitian. Pada penelitian ini jumlah variabel yang dianalisis adalah 19 variabel sehingga diambil jumlah sampel 100 orang wajib pajak yang mewakili dari seluruh wajib pajak yang ada di wilayah kerja Kantor Pelayanan Pajak Denpasar Barat. Tehnik pemilihan sampel adalah dengan memilih seratus wajib pajak secara acak.

C. Instrumen Penelitian

1. Skala Pengukuran Data

Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan partisipasi langsung dari wajib pajak yang sudah terbiasa melakukan kewajiban perpajakannya di Kantor

Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat. Partisipasi yang diharapkan dari wajib pajak sebagai subyek penelitian adalah dengan menggunakan sarana berupa kuisisioner, dimana didalamnya telah dipersiapkan beberapa daftar pertanyaan yang menyangkut tentang penggalian informasi yang jujur dan terbuka mengenai penilaian terhadap kepuasan pelayanan yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat pada saat mereka melakukan kewajiban perpajakannya.

Data yang diambil sebagai dasar penelitian adalah dengan membuat suatu daftar pertanyaan yang dirangkum dalam bentuk brosur kemudian akan disebarkan kesemua responden dengan jumlah yang dianggap dapat mewakili dari keseluruhan, dengan mengambil sample dan contoh dari beberapa wajib pajak yang dipandang dapat mewakili dari keadaan secara umum kondisi riil yang ada di masyarakat. Kuisisioner dalam bentuk brosur disebarkan secara acak hanya kepada wajib pajak yang ditemui secara langsung dilapangan untuk masing-masing wilayah yang dipandang sebagai wakil dari keadaan yang sesungguhnya secara bersamaan.

Data yang diinput sebagai bahan informasi adalah jawaban dari daftar pertanyaan dalam bentuk brosur mengenai berbagai informasi penting yang dianggap bisa menggali tentang keadaan sesungguhnya mengenai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh masyarakat akan pelayanan yang telah diberikan oleh aparat pajak yang selama ini mereka rasakan setelah diberlakukannya system administrasi modern di lingkungan Kantor Wilayah Bali khususnya di wilayah kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.

Pada penelitian ini pendapat para wajib pajak dikumpulkan menggunakan kuesioner, dimana pendapat ini di ukur dengan Skala Likert dengan ketentuan sebagai berikut.

- a. Sangat Tidak Puas dengan skala pengukuran 1
- b. Tidak Puas dengan skala pengukuran 2
- c. Puas dengan skala pengukuran 3
- d. Sangat Puas dengan skala pengukuran 4

2. Identifikasi Variabel

Kisi-kisi instrumen penelitian untuk mengukur faktor-faktor penentu terhadap kepuasan wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat dipaparkan pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Identifikasi dan Definisi Variabel

Variabel	Uraian
X1	Puaskah Saudara terhadap fasilitas bangunan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.
X2	Puaskah Saudara terhadap seluruh fasilitas yang ada di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X3	Puaskah Saudara terhadap penampilan karyawan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X4	Puaskah Saudara terhadap iklan layanan masyarakat mengenai pajak yang dilakukan di media massa
X5	Puaskah Saudara terhadap keandalan pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X6	Puaskah Saudara akan pelayanan sesuai janji yang diberikan
X7	Puaskah Saudara akan ketepatan waktu pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X8	Puaskah Saudara terhadap respon karyawan menyelesaikan keluhan wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X9	Puaskah Saudara terhadap kejelasan dan kecepatan layanan informasi dan administrasi yang diberikan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X10	Puaskah Saudara terhadap kesiapan karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat merespon permohonan wajib pajak

X11	Puaskah Saudara terhadap pengetahuan perpajakan yang dimiliki karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X12	Puaskah Saudara terhadap kesopanan karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X13	Puaskah Saudara terhadap keramahan karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X14	Puaskah Saudara terhadap kenyamanan dan keamanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X15	Puaskah Saudara terhadap perhatian karyawan secara individu pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X16	Puaskah Saudara terhadap ketulusan perhatian karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X17	Puaskah Saudara terhadap hubungan yang dijalin oleh karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat kepada wajib pajak yang dilayani
X18	Puaskah Saudara kepada kesesuaian pelayanan terhadap keinginan Saudara pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat
X19	Puaskah Saudara terhadap pemahaman karyawan akan kebutuhan wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat

3. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan korelasi antara skor butir instrumen dengan total skor konstruk atau variabel. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*corrected item - total correlation*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, pada $\alpha = 0,05$. Jika nilai r tabel lebih kecil dari r hitung maka dikatakan valid dan sebaliknya jika r tabel lebih besar dari r hitung, maka dikatakan tidak valid. Untuk kasus dimana $n=35$ dan $\alpha = 0,05$, nilai r tabel didapat sebesar 0,338.

4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Menurut Sugiyono (2003), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Pengukuran reliabilitas

instrumen dalam penelitian ini mempergunakan formula koefisien *Alpha Cronbach*. Nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,60. Hal ini berarti bahwa instrumen dapat dikatakan reliabel (Santoso, 2005).

D. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan membagikan daftar pertanyaan dalam bentuk brosur kepada masing-masing wajib pajak yang diperkirakan dapat mewakili wilayah-wilayah yang menjadi obyek penelitian. Brosur dibagikan secara bersamaan untuk semua wilayah yang menjadi obyek penelitian dengan memberikan batas waktu pengisian. Mengingat keterbatasan waktu untuk pengisian brosur dan juga dapat mengganggu kerja dari kegiatan usaha masing-masing responden, maka penentuan batas maksimal waktu dipandang hal yang penting untuk dipertimbangkan. Hal lain juga menjadi penting tentang penilaian yang transparan adalah isi pertanyaan tentang kualitas pelayanan yang didapat selama ini setelah diberlakukannya system administrasi modern di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat sebagai wilayah obyek Penelitian. Kemudian waktu yang cukup dipandang sebagai memadai untuk katagori mereka yang relatif sibuk adalah tiga minggu.

Perekaman data tentang informasi yang didapat dari berbagai pertanyaan yang telah diisi oleh para responden akan dikumpulkan dalam bentuk file dan direkam dalam komputer kemudian disimpan dalam data base tersendiri.

Dalam proses penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan meliputi cara-cara sebagai berikut.

a. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data melalui pengamatan. Pengamatan dilakukan terhadap para wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.

b. Angket/Kuesioner

Teknik pengumpulan data jenis ini dilakukan dengan mempersiapkan terlebih dahulu beberapa daftar pertanyaan yang tertulis menyangkut permasalahan faktor-faktor yang dipertimbangkan para wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.

c. Study dokumentasi

Study dokumentasi yaitu, dengan mengumpulkan dokumen atau catatan-catatan yang diperlukan dari perusahaan dan sumber lain yang relevan dengan kebutuhan penelitian.

E. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis faktor dengan bantuan komputer paket program SPSS for Windows. Metode ini dipakai karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh para wajib pajak untuk melakukan kewajiban perpajakannya pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat. Mengingat pengukuran memakai skala likert, maka agar analisis faktor dapat dilakukan perlu dibuat asumsi sebagai berikut.

a. Datanya berdistribusi normal.

b. Datanya sekurang-kurangnya bersifat interval.

Selanjutnya data yang telah diintervalkan dapat diolah dengan analisis faktor. Menurut Malhotra (2005: 645), analisis faktor adalah salah satu bentuk analisis statistik multivariat yang tujuan umumnya adalah menentukan satu atau beberapa variabel konsep yang diyakini sebagai sumber yang melandasi seperangkat variabel nyata. Sedang model analisis faktor secara sistematis adalah

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_m + V_iU_i$$

Keterangan:

X_i = Variabel Standar ke- i

A_{ij} = Koefisien regresi ganda yang distandarisasi dari variabel (i) pada *common factor* j

F = *Common factor*

U_i = *Unique* faktor untuk variabel (i)

V_i = Faktor unik variabel (i)

m = Jumlah dari faktor-faktor umum.

Langkah-langkah/ prosedur yang dilakukan dalam melaksanakan analisis faktor secara ringkas dapat dijabarkan sebagai berikut.

1). Formulasi masalah.

Formulasi masalah menyangkut beberapa hal, tujuan dari analisis harus jelas, kemudian variabel-variabel yang disertakan dalam analisis faktor dispesifikasi berdasarkan teori, penelitian terdahulu, dan penilaian peneliti. Selanjutnya ukuran sampel yang digunakan harus tepat yaitu minimal empat atau lima kali jumlah variabel.

2). Membuat matriks korelasi.

Semua data yang masuk dan diolah menghasilkan matrik korelasi. Dengan adanya matrik korelasi dapat diidentifikasi variabel-variabel lain sehingga dapat dikeluarkan dari analisis. Pada tahap ini dapat diketahui variabel-variabel yang menimbulkan multikolinieritas yaitu dua variabel dengan koefisien relatif tinggi dan variabel tersebut dijadikan satu atau dipilih salah satu analisis lebih lanjut (*Barlett's test of sphericity*). Kemudian digunakan uji Kaiser-Meyere-Olkin (KMO) untuk mengetahui kecukupan sampelnya. Analisis faktor dianggap layak besaran KMO nilainya minimal 0,5.

3). Menentukan jumlah factor.

Varibel disusun kembali berdasarkan pola korelasi hasil langkah pada butir dua, untuk menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data, untuk menentukan beberapa faktor yang dapat diterima secara empiris dapat dilakukan berdasarkan besarnya *eigenvalue* setiap faktor yang muncul. Semakin besar *eigenvalue* setiap faktor, semakin representatif faktor tersebut mewakili kelompok variabel. Faktor-faktor inti yang dipilih adalah faktor yang mempunyai *eigenvalue* lebih besar atau sama dengan satu.

4). Rotasi Faktor.

Hasil penyederhanaan faktor dalam matrik faktor memperlihatkan hubungan antara faktor dengan variabel individual tetapi dalam faktor-faktor tersebut terdapat banyak variabel yang berkorelasi sehingga sulit untuk diinterpretasikan. Dengan menggunakan faktor matrik, matrik

faktor ditransformasikan ke dalam matrik yang lebih sederhana sehingga mudah diinterpretasikan. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan *varimax*.

5). Interpretasi factor.

Interpretasi faktor dapat dilakukan dengan mengelompokkan variabel yang mempunyai faktor *loading* tinggi ke dalam faktor tersebut. Untuk interpretasi hasil penelitian ini faktor *loading* minimal 0,5. Variabel yang mempunyai faktor *loading* yang kurang 0,5 dikeluarkan dari model. Kemudian interpretasi faktor dapat dilakukan melalui penyeleksian variabel pengganti, yaitu mencari salah satu variabel dalam setiap faktor sebagai wakil dari masing-masing faktor. Pemilihan ini didasarkan pada nilai *loading* faktor tertinggi.

6). Perhitungan skor factor.

Jika diperlukan maka interpretasi selanjutnya adalah perhitungan skor faktor. Perhitungan skor faktor ini pada dasarnya dimaksudkan untuk mencari nilai faktor yang dapat digunakan untuk *multivariate* selanjutnya.

Pemilihan *Surrogate Variabel* di samping menghitung skor faktor kadang peneliti ingin memilih variabel pengganti (*surrogate variabel*). Mencari salah satu variabel dalam setiap faktor sebagai wakil dari masing-masing faktor yang bersangkutan. Hal ini dilakukan bila ingin melanjutkan analisis faktor ke analisis *multivariate* seperti analisis diskriminan dan analisis regresi. Penentuan *surrogate variable* didasarkan pada variabel yang memiliki nilai faktor *loading* tertinggi.

7). Menentukan ketepatan model

Tahap terakhir dari analisa faktor adalah mengetahui apakah model mampu menjelaskan dengan baik. Fenomena data yang ada perlu diuji dengan teknik *Principle Component Analysis* (PCA) yaitu dengan melihat jumlah residual antara korelasi yang diamati dengan korelasi yang direproduksi. Apabila nilai persentase semakin tinggi maka semakin jelek kemampuan model dalam menjelaskan fenomena yang ada.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Data yang didapat dari penyebaran kuisioner dengan daftar pertanyaan yang ada, setelah diisi oleh para responden kemudian ditabulasi dan ditelaah apakah dapat memberikan data yang cukup atau tidak sebagai langkah awal untuk mengetahui keadaan yang sesungguhnya. Atas paparan tersebut data yang tersedia dibuatkan rumusan sederhana yang bersifat sementara, sebelum pada akhirnya nanti setelah berbagai pertimbangan atas data yang cukup kuat dan mewakili dari masing-masing responden tersebut dapat dibuatkan kesimpulan yang bersifat final sebagai hasil akhir dari penelitian ini.

I. Karakteristik Konsumen/wajib pajak

- a. Responden berdasarkan kapasitas pembayaran pajak.

Rekapitulasi data responden berdasarkan kapasitasnya sebagai wajib pajak dapat disajikan pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Kapasitas

Kapasitas	Prekuensi	Persentase
Mewakili diri sendiri	92	92.0
Konsultan	1	1.0
Staff accounting	3	3.0
Pemilik perusahaan	4	4.0
Total	100	100.0

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.1 terlihat bahwa kapasitas responden sebagian besar adalah membayar pajak untuk mewakili dirinya sendiri yaitu 92 orang atau 92 persen.

b. Responden berdasarkan jenis kelamin

Rekapitulasi data responden berdasarkan jenis kelamin sebagai wajib pajak dapat disajikan pada Tabel 4.2

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Prekuensi	Persentase
Pria	85	85.0
Wanita	15	15.0
Total	100	100.0

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.2 terlihat bahwa jenis kelamin responden sebagian besar adalah laki-laki, yaitu sebanyak 85 orang.

c. Responden berdasarkan kewarganegaraan (orang asing yang bekerja dan tinggal di Indonesia lebih dari 183 hari wajib terdaftar sebagai wajib pajak)

Rekapitulasi data responden berdasarkan kewarganegaraan sebagai wajib pajak dapat disajikan pada Tabel 4.3

Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Kewarganegaraan

	Prekuensi	Persentase
Indonesia	100	100.0

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.3 terlihat bahwa semua responden adalah wajib pajak yang merupakan kewarganegaraan Indonesia

d. Responden berdasarkan umur

Rekapitulasi data responden berdasarkan umur sebagai wajib pajak dapat disajikan pada Tabel 4.4

Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Prekuensi	Persentase
20-40 th	20	20.0
>40 th	80	80.0
Total	100	100.0

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.4 terlihat umur responden sebagian besar berumur diatas 40 tahun.

e. Responden berdasarkan pendidikan

Rekapitulasi data responden berdasarkan pendidikan sebagai wajib pajak dapat disajikan pada Tabel 4.5

Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Prekuensi	Persentase
SMU sederajat	57	57.0
Diploma	6	6.0
Sarjana	37	37.0
Total	100	100.0

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.5 terlihat pendidikan responden sebagian besar adalah berpendidikan SMU sederajat

f. Responden berdasarkan pekerjaan

Rekapitulasi data responden berdasarkan pekerjaan sebagai wajib pajak dapat disajikan pada Tabel 4.6

Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Prekuensi	Persentase
Pegawai Pemerintah	5	5.0
Pegawai Swasta	9	9.0
Wiraswasta	86	86.0
Total	100	100.0

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.6 terlihat pekerjaan responden sebagian besar adalah sebagai wiraswasta.

g. Responden berdasarkan motivasi

Rekapitulasi data responden berdasarkan pekerjaan sebagai wajib pajak dapat disajikan pada Tabel 4.7

Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Motivasi

Motivasi	Frekuensi	Persentase
Kemauan sendiri	96	96.0
Panggilan tugas	4	4.0
Total	100	100.0

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.7 terlihat motivasi responden membayar pajak adalah atas dasar kemauan sendiri.

h. Responden berdasarkan informasi pembayaran pajak

Rekapitulasi data responden berdasarkan sumber informasi pembayaran pajak dapat disajikan pada Tabel 4.8

Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Informasi Pembayaran Pajak

Sumber Informasi	Prekuensi	Persentase
Media masa	5	5.0
Petugas pajak	95	95.0
Total	100	100.0

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.8 terlihat bahwa sumber informasi pembayaran pajak didapat dari petugas pajak.

i. Penilaian responden terhadap kualitas pelayanan pada Kantor Pelayanan

Pajak dihubungkan dengan faktor demografi

1). Hubungan kapasitas responden terhadap kepuasan

Penilaian kepuasan pelayanan dikaitkan dg kapasitas para wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat disajikan pada

Tabel 4.9

Tabel 4.9 Penilaian Kepuasan Pelayanan berdasarkan Kapasitas Wajib Pajak

Kapasitas	Kepuasan		Jumlah
	Puas	Sangat Puas	
Mewakili diri sendiri	23	69	92
Konsultan	0	1	1
Staf accounting	0	3	3
Pemilik perusahaan	0	4	4
Jumlah	23	77	100

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa sebagian besar responden (77 orang) menyatakan sangat puas terhadap pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat. Kapasitas wajib pajak yang mewakili diri sendiri menyatakan bahwa mereka (69 orang) menyatakan sangat puas. Sedangkan kapasitas sebagai konsultan, staf accounting dan pemilik perusahaan semuanya menyatakan sangat puas.

2). Hubungan jenis kelamin responden terhadap kepuasan

Penilaian kepuasan pelayanan dikaitkan dengan jenis kelamin para wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat disajikan pada Tabel 4.10 .

Tabel 4.10 Penilaian Kepuasan Pelayanan berdasarkan Jenis Kelamin Wajib Pajak

Jenis Kelamin	Kepuasan		Jumlah
	Puas	Sangat Puas	
Pria	21	64	85
Wanita	2	13	15
Jumlah	23	77	100

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa para wajib pajak yang pria

maupun wanita sebagian besar menyatakan bahwa pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat sangat memuaskan.

3). Hubungan kewarganegaraan responden terhadap kepuasan

Penilaian kepuasan pelayanan dikaitkan dengan kewarganegaraan para wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat disajikan pada Tabel 4.11 .

Tabel 4.11 Penilaian Kepuasan Pelayanan berdasarkan Kewarganegaraan Wajib Pajak

Warga negara	Kepuasan		Jumlah
	Puas	Sangat Puas	
Indonesia	23	77	100
Jumlah	23	77	100

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa dari seluruh responden (100 orang) warga negara Indonesia, 77 orang menyatakan bahwa pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat sangat memuaskan.

4). Hubungan usia responden terhadap kepuasan

Penilaian kepuasan pelayanan dikaitkan dengan usia para wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat disajikan pada Tabel 4.12 .

Tabel 4.12 Penilaian Kepuasan Pelayanan berdasarkan Usia Wajib Pajak

Usia	Kepuasan		Jumlah
	Puas	Sangat Puas	
20-40 th	2	18	20
> 40 th	21	59	80
Jumlah	23	77	100

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berumur di atas 40 tahun (80 orang) dan 59 orang yang

berumur di atas 40 tahun tersebut menyatakan bahwa pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat sangat memuaskan.

5). Hubungan pendidikan terhadap kepuasan

Penilaian kepuasan pelayanan dikaitkan dengan pendidikan para wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat disajikan pada Tabel 4.13 .

Tabel 4.13 Penilaian Kepuasan Pelayanan berdasarkan Pendidikan Wajib Pajak

Pendidikan	Kepuasan		Jumlah
	Puas	Sangat Puas	
SMU Sederajat	14	43	57
Diploma	0	6	6
Sarjana	9	28	37
Jumlah	23	77	100

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpendidikan SMU sederajat (57 orang), berpendidikan Sarjana 37 orang dan berpendidikan Diploma 6 orang. Sebagian besar responden juga menyatakan bahwa bahwa pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat sangat memuaskan.

6). Hubungan pekerjaan terhadap kepuasan

Penilaian kepuasan pelayanan dikaitkan dengan pekerjaan para wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat disajikan pada Tabel 4.14 .

Tabel 4.14 Penilaian Kepuasan Pelayanan atas Pekerjaan Wajib Pajak

Pekerjaan	Kepuasan		Jumlah
	Puas	Sangat Puas	
Pegawai pemerintah	0	5	5
Pegawai swasta	1	8	9
Wiraswasta	22	64	86
Jumlah	23	77	100

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.14 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (86 orang) bekerja sebagai wiraswasta dan sebagian besar (64 orang) menyatakan bahwa pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat sangat memuaskan.

7). Hubungan Motivasi terhadap kepuasan

Penilaian kepuasan pelayanan dikaitkan dengan motivasi para wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat disajikan pada Tabel 4.15 .

Tabel 4.15 Penilaian Kepuasan Pelayanan berdasarkan Motivasi Wajib Pajak

Motivasi	Kepuasan		Jumlah
	Puas	Sangat Puas	
Kemauan sendiri	22	74	96
Panggilan tugas	1	3	4
Jumlah	23	77	100

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (66 orang) motivasi membayar pajak adalah kemauan sendiri dan sebagian besar (74 orang) menyatakan bahwa bahwa pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat sangat memuaskan.

8). Hubungan sumber informasi terhadap kepuasan

Penilaian kepuasan pelayanan dikaitkan dengan sumber informasi para wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat disajikan pada Tabel 4.16 .

Tabel 4.16 Penilaian Kepuasan Pelayanan berdasarkan Sumber Informasi Wajib Pajak

Sumber Informasi	Kepuasan		Jumlah
	Puas	Sangat Puas	
Media Masa	2	3	5
Petugas pajak	21	74	95
Jumlah	23	77	100

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (95 orang) mendapat informasi membayar pajak dari petugas pajak dan sebagian besar (74 orang) menyatakan bahwa bahwa pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat sangat memuaskan.

2. Uji Validitas

Hasil Uji validitas ditentukan berdasarkan koefisien korelasi variabel dengan total skor variabel. Jika nilai koefisien korelasi diatas 0,3 maka dikatakan bahwa instrument penelitian telah valid. Uji validitas dalam penelitian ini disajikan pada

Tabel 4.17

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Koefisien Korelasi Item terhadap Total	Keterangan
x1	0.484	Valid
x2	0.407	Valid
x3	0.512	Valid
x4	0.633	Valid
x5	0.608	Valid
x6	0.484	Valid
x7	0.401	Valid
x8	0.327	Valid
x9	0.337	Valid
x10	0.320	Valid
x11	0.643	Valid
x12	0.637	Valid
x13	0.680	Valid
x14	0.418	Valid
x15	0.371	Valid
x16	0.417	Valid
x17	0.311	Valid
x18	0.372	Valid
x19	0.489	Valid

Sumber: Lampiran5

Berdasarkan tabel 4.17 terlihat bahwa semua variabel memiliki koefisien korelasi di atas 0,3 terhadap skor totalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian telah valid.

3. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas instrumen menggunakan nilai *Alpha Cronbach*. Jika nilai *Alpha Cronbach* minimal 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah reliabel. Berdasarkan analisis pada Lampiran 5 dapat nilai *Alpha Cronbach* = 0,861 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah reliabel.

4. Analisis Faktor

Sebelum dilakukan analisis faktor terlebih dahulu dilakukan konversi data dengan metode MSI (*Method of Successive Interval/ MSI*). Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel yang diukur dengan LSR (*Likert's Summated Rating*) dengan skala 1 sampai 4, maka skor yang diperoleh tingkat pengukurannya adalah ordinal. Tingkat pengukuran ordinal hanya dapat dianalisis oleh *statistika non parametric* sehingga agar data bisa dianalisis dengan *statistika parametric*, maka tingkat pengukuran ordinal diubah menjadi tingkat pengukuran interval melalui transformasi data dengan menggunakan metode interval berurutan (*Method of Successive Interval/ MSI*) dengan bantuan program Excel.

Berdasarkan metodologi penelitian yang digunakan, untuk mengetahui variabel-variabel kepuasan para wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak

Pratama Denpasar Barat dipergunakan pendekatan *analysis factor*. Hasil *analysis factor* yang diperoleh dijelaskan sebagai berikut.

a. Menentukan Masalah

Pada tahapan ini harus dirumuskan tujuan penggunaan *analysis factor* sehingga diketahui faktor-faktor yang dipertimbangkan para wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat yang diidentifikasi dari 19 variabel. Sampel responden yang digunakan berjumlah 100 orang yang dipilih dari para wajib pajak pada wilayah kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.

b. Membuat Matrik Korelasi

Mengukur kecukupan sampel yang dilihat dari nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO). Ukuran sampel termasuk kategori baik atau baik sekali jika nilai $KMO = 0,6$. Hasil perhitungan pada Lampiran 6 menunjukkan bahwa, nilai KMO-nya yaitu 0,700. Ini berarti ukuran sampel termasuk kategori di atas 0,6 dengan kriteria cukup baik sehingga analisis dapat dilanjutkan. Berdasarkan hasil *Communalities* (Lampiran 6), dapat diketahui bahwa untuk variabel dengan *extraction* terbesar atau hubungannya paling kuat yaitu 0,938 pada variabel X13 (Puas terhadap keramahan karyawan pada Kantor Pelayanan pajak Pratama Denpasar Barat. Berarti 93,8% varians dari variabel tersebut dapat dijelaskan oleh 5 faktor yang terbentuk. Demikian pula dengan nilai *communalities* variabel yang lainnya. Jika dilihat dari *scree plot* jumlah faktor yang terbentuk ditunjukkan dengan grafik dengan nilai *eigen value* di atas 1.

c. Menentukan Jumlah Faktor

Penentu jumlah faktor yang masing-masing merupakan gabungan dari beberapa variabel yang saling berhubungan (berkorelasi) didasarkan atas nilai *eigenvalue* yang dapat dilihat dari *Total Variance Explained*. *Eigenvalue* merupakan penjumlahan *variance* nilai-nilai korelasi setiap faktor terhadap tiap-tiap variabel yang membentuk faktor yang bersangkutan. Semakin besar nilai *eigenvalue* satu faktor, semakin representatif faktor tersebut sebagai wakil dari sekelompok variabel. Walau demikian, faktor yang dipilih untuk analisis lebih lanjut (masuk dalam model) hanya terbatas pada faktor dengan *eigenvalue* = 1. Dengan batasan ini, seperti yang ditunjukkan pada lampiran 6, ada 5 faktor yang mempunyai nilai *eigenvalue* = 1. Tabel 4.18 menunjukkan kelima faktor tersebut menjelaskan sekitar 64,895 % *variance total* pertimbangan wajib pajak melakukan kewajiban perpajakannya pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.

Tabel 4.18 Banyaknya Faktor dengan *Eigenvalue* = 1

Faktor	Nilai <i>Eigenvalue</i>	Persentase <i>Variance</i>	Kumulatif <i>Variance</i>
1	4,592	24,170	24,170
2	3,723	19,592	43,762
3	1,672	8,800	52,562
4	1,226	6,453	59,015
5	1,117	5,880	64,895

Sumber: Lampiran 6

d. Rotasi Faktor

Rotasi faktor adalah penyederhanaan dari matriks faktor. Melalui rotasi faktor, matriks faktor ditransformasi ke dalam matriks yang lebih sederhana sehingga lebih mudah diinterpretasikan. Dalam analisis ini, rotasi faktor

menggunakan rotasi *Varimax* dan hasil yang diperoleh terangkum pada tabel 4.19 berikut.

Tabel 4.19 Matrik Faktor dengan Rotasi *Varimax*

	Component				
	1	2	3	4	5
X1	0.141	0.638	-0.131	0.274	-0.008
X2	0.083	0.790	-0.122	0.058	0.218
X3	-0.002	0.655	0.125	0.203	-0.078
X4	-0.144	0.645	0.387	0.143	-0.014
X5	0.129	0.193	0.134	0.752	0.032
X6	-0.059	0.072	0.012	0.809	0.106
X7	-0.068	0.218	0.004	0.775	-0.033
X8	0.141	0.584	-0.107	-0.025	0.622
X9	-0.167	0.602	0.015	0.054	0.517
X10	0.142	0.202	0.006	0.389	0.592
X11	0.307	0.040	0.913	0.077	-0.038
X12	0.512	-0.027	0.493	-0.152	-0.073
X13	0.302	0.050	0.915	0.069	-0.043
X14	0.429	-0.036	0.497	0.129	-0.101
X15	0.345	0.122	0.119	0.071	-0.703
X16	0.784	0.112	0.079	-0.079	-0.002
X17	0.681	-0.060	0.347	-0.112	-0.039
X18	0.726	-0.123	0.223	0.160	0.103
X19	0.759	0.153	0.171	0.096	-0.207

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan hasil analisis rotasi faktor (*Rotated Component Matrix*) maka dapat dijelaskan bahwa penempatan sebuah variabel ke dalam faktor didasarkan atas besarnya nilai korelasi variabel tersebut terhadap faktornya. Koefisien dengan nilai mutlak yang lebih besar mengindikasikan bahwa variabel tersebut masuk ke dalam faktor yang bersangkutan. Secara keseluruhan variabel masing-masing dari kelima faktor yang terbentuk dari hasil analisis *Rotated Component Matrix* dirangkum pada Tabel 4.20

Tabel 4.20 Rangkuman Variabel dari Masing-Masing Faktor yang Terbentuk

No	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4	Faktor 5
1	X12	X1	X11	X5	X8
2	X16	X2	X13	X6	X10
3	X17	X3	X14	X7	X15
4	X18	X4			
5	X19	X9			

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan rangkuman pada Tabel 4.20 terlihat bahwa faktor 1 terdiri paling banyak variabel yaitu 5 variabel antara lain kesopanan karyawan, ketulusan perhatian karyawan, hubungan yang dijalin karyawan, kesesuaian pelayanan dan pemahaman karyawan akan kebutuhan wajib pajak. Faktor 2 dibentuk oleh 5 variabel yaitu fasilitas bangunan, fasilitas yang ada dikantor, penampilan karyawan, iklan layanan masyarakat dan kejelasan/kecepatan pelayanan. Faktor 3 dibentuk oleh 3 variabel yaitu pengetahuan perpajakan karyawan, keramahan karyawan dan kenyamanan/keamanan. Faktor 4 dibentuk oleh 3 variabel yaitu keandalan pelayanan, pelayanan sesuai janji dan keteepatan waktu pelayanan. Faktor 5 dibentuk oleh tiga variabel yaitu respon karyawan, kesiapan karyawan merespon permohonan dan keinginan wajib pajak dan perhatian karyawan secara individu.

e. Interpretasi Faktor

Interpretasi dilakukan dengan melihat faktor *loading* (korelasi) satu variabel terhadap faktornya. Batasan faktor *loading* minimal 0,5 sehingga variabel dengan faktor *loading* < 5 dikeluarkan dari model. Berdasarkan batasan di atas dari 19 variabel yang dianalisis berdasarkan MSA (*Measures of Sampling Adequacy*) yang di atas 0,5 dan seluruh variabel (19 variabel)

dianalisis lebih lanjut. Faktor yang merupakan gabungan dari satu variabel harus diberi nama dan pemberian nama mengacu kepada variabel-variabel yang membentuk faktor yang bersangkutan. Hasil interpretasi faktor disajikan pada Tabel 4.21 berikut.

Tabel 4.21 Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat

No	Nama Faktor	Variabel	Faktor Loading	Total Varians
1	Perhatian yang sopan	Ketulusan hati karyawan(x16)	0.784	24,170
		pemahaman karyawan akan kebutuhan wajib pajak.(x19)	0.759	
		Kesesuaian pelayanan(x18)	0.726	
		hubungan yang dijalin karyawan(x17)	0.681	
		Kesopanan karyawan(x12)	0.512	
2	Bukti fisik dan kecepatan pelayanan	fasilitas yang ada dikantor(x2)	0.790	19,592
		penampilan karyawan(x3)	0.655	
		Iklan layanan masyarakat(x4)	0.645	
		fasilitas bangunan(x1)	0.638	
		kejelasan/kecepatan pelayanan(x9)	0.602	
3	Jaminan	Keramahan karyawan(x13)	0.915	8,800
		pengetahuan perpajakan karyawan(x11)	0.913	
		kenyamanan/keamanan(x14)	0.429	
4	Keandalan	pelayanan sesuai janji(x6)	0.809	6,453
		ketepatan waktu pelayanan(x7)	0.775	
		keandalan pelayanan(x5)	0.752	
5	Daya tanggap secara individu	respon keluhan wajib pajak(x8)	0.622	5,880
		kesiapan karyawan merespon permohonan wajib pajak.(x10)	0.592	
		perhatian secara individu(x15)	-0.703	

Sumber: Lampiran 6

5. Pembahasan hasil analisis faktor

Berdasarkan analisis faktor yang telah dilakukan, ada 5 faktor yang menentukan tingkat kepuasan wajib pajak yang dilayani di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat dengan kumulatif varian sebesar 64,895. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan wajib pajak yang dilayani di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat 64,895% ditentukan oleh kelima faktor yang terbentuk. Kelima faktor yang menentukan tingkat kepuasan wajib pajak yang dilayani di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat antara lain:

a. Faktor 1:

Faktor pertama dibentuk oleh 5 variabel dan merupakan faktor yang paling dominan menentukan tingkat kepuasan wajib pajak dengan total varian sebesar 24,170%. Faktor ini dibentuk oleh variabel X12, X16, X17, X18 dan X19. Berdasarkan variabel pembentuknya maka faktor ini diberikan nama faktor perhatian yang sopan. Nama ini diambil karena sebagian besar variabel pembentuknya adalah variabel empathy (X16, X17, X18, X19) dan satu variabel yang agak berbeda yaitu kesopanan karyawan (X12). Variabel ketulusan hati karyawan (X16), hubungan yang dijalin karyawan (X17), kesesuaian pelayanan (X18) dan pemahaman karyawan akan kebutuhan wajib pajak (X19) adalah variabel yang penting untuk diutamakan karena memberikan sumbangan yang besar terhadap kepuasan para wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat. Semua perhatian tersebut diberikan oleh karyawan secara sopan (X12) sehingga tidak menimbulkan rasa yang tidak puas bagi para wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.

b. Faktor 2:

Faktor kedua dibentuk oleh 5 variabel total varian sebesar 19,592. Faktor ini dibentuk oleh variabel X1, X2, X3, X4 dan X9. Berdasarkan variabel pembentuknya maka faktor ini diberikan nama faktor bukti fisik dan kecepatan pelayanan. Nama ini diambil karena sebagian besar variabel pembentuknya adalah variabel tangibles (X1, X2, X3, X4) dan satu variabel yang agak berbeda yaitu kecepatan pelayanan (X9). Variabel fasilitas bangunan (X1), fasilitas yang ada di kantor (X2), penampilan karyawan (X3), iklan layanan masyarakat (X4) dan kejelasan/kecepatan pelayanan (X9) adalah variabel yang penting untuk diutamakan karena memberikan sumbangan yang besar terhadap kepuasan para wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.

c. Faktor 3:

Faktor ketiga dibentuk oleh 3 variabel dengan total varians sebesar 8,800%. Faktor ini dibentuk oleh variabel X11, X13 dan X14. Berdasarkan variabel pembentuknya maka faktor ini diberikan nama faktor jaminan. Variabel pengetahuan perpajakan karyawan (X11), keramahan karyawan (X13) dan kenyamanan/keamanan (X14) adalah variabel yang penting untuk diutamakan karena memberikan sumbangan yang besar terhadap kepuasan para wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat. Pengetahuan perpajakan yang dimiliki karyawan akan sangat membantu kesulitan para wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya maupun kesulitan lain dalam yang memerlukan bantuan pegawai pajak.

d. Faktor 4:

Faktor keempat dibentuk oleh 3 variabel dengan total varians sebesar 6,453%. Faktor ini dibentuk oleh variabel X5, X6 dan X7. Berdasarkan variabel pembentuknya maka faktor ini diberikan nama faktor keandalan. Variabel keandalan pelayanan (X5), pelayanan yang sesuai janji (X6) dan ketepatan waktu pelayanan (X7) adalah variabel yang penting untuk diutamakan karena memberikan sumbangan yang besar terhadap kepuasan para wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat. Pelayanan yang diberikan harus benar-benar andal sehingga apa yang diharapkan oleh wajib pajak dapat terpenuhi demikian pula adanya timbal balik dari kontribusi kewajiban dapat memberikan kinerja yang baik bagi karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.

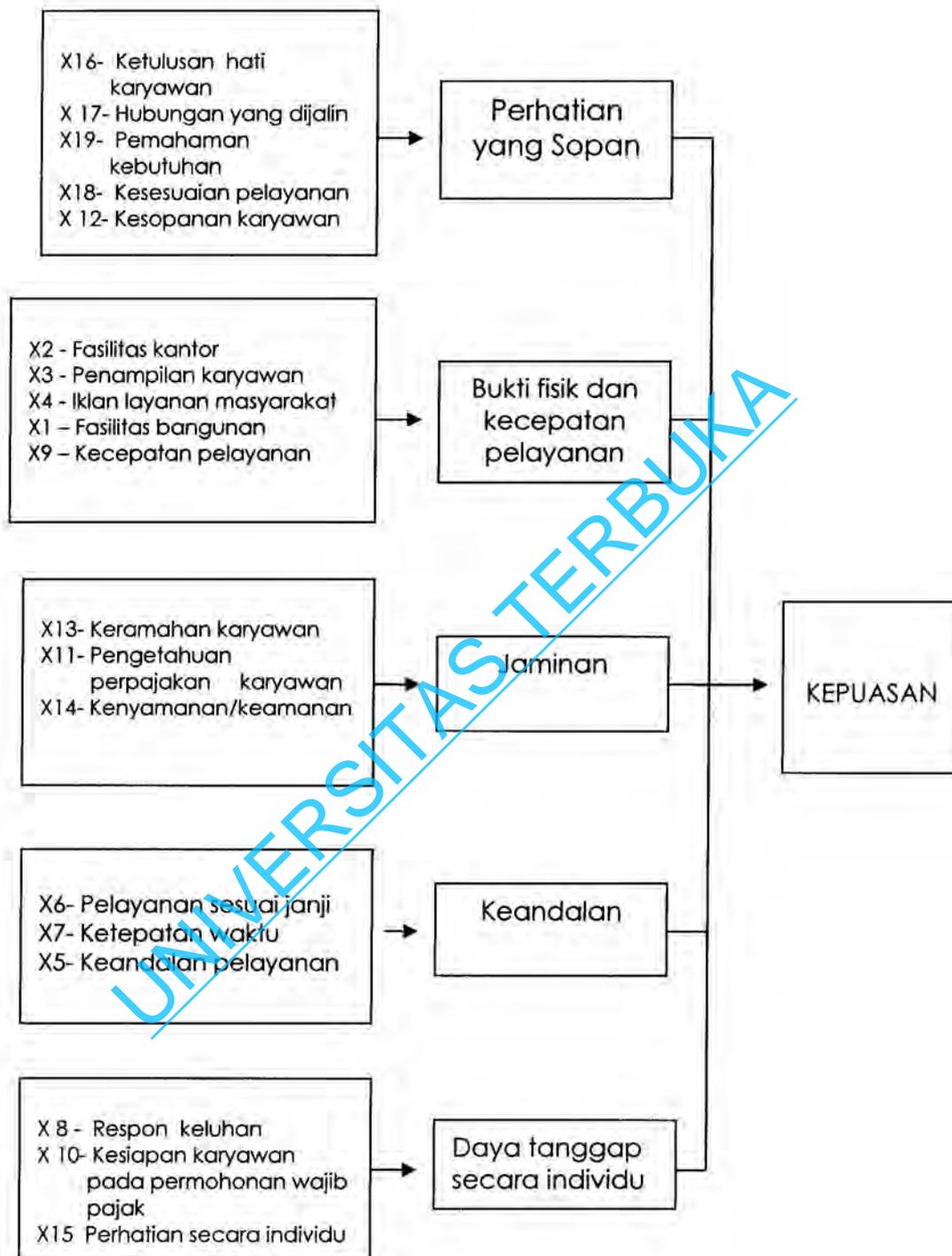
e. Faktor 5:

Faktor kelima dibentuk oleh 3 variabel dan merupakan faktor terakhir yang menentukan tingkat kepuasan wajib pajak. Faktor ini dibentuk oleh variabel X8, X10, dan X15 dengan total varians sebesar 5,880%. Berdasarkan variabel pembentuknya maka faktor ini diberikan nama faktor daya tanggap secara individu. Nama ini diambil karena sebagian besar variabel pembentuknya adalah variabel responsiveness (X8 dan X10) dan satu variabel yang agak berbeda yaitu perhatian secara individu (X15). Variabel perhatian individu (X15) merupakan variabel dengan faktor loading terbesar dan bertanda negative. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perhatian secara individu kepada wajib pajak maka kepuasan wajib pajak menunjukkan semakin berkurang. Kondisi ini memberikan indikasi bahwa perhatian individu yang diberikan kepada wajib pajak terlalu berlebihan memberikan

kesan bahwa kemampuan wajib pajak merasa kurang dihargai dan bahkan juga membingungkan wajib pajak karena sesungguhnya mereka hanya ingin *focus* untuk mendapatkan penjelasan atas masalah yang dihadapinya saja. Dalam memberikan pelayanan secara individu, para pegawai pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat diminta hanya memberikan perhatian individu yang dianggap perlu saja secara terukur sesuai kebutuhan wajib pajak. Variabel merespon keluhan wajib pajak (X8), kesiapan karyawan merespon permohonan wajib pajak (X10) dan perhatian secara individu (X15) adalah variabel yang penting untuk diutamakan karena memberikan sumbangan yang besar terhadap kepuasan para wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.

Dari hasil penelitian tersebut juga dapat digambarkan bahwa faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan wajib pajak yang dilayani di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat adalah seperti gambar 4.1 berikut:

Gambar 4.1 Faktor-faktor yang menentukan kepuasan wajib pajak



5. Temuan Penelitian

Dari hasil pengumpulan data yang telah diambil kembali dari masing-masing responden, setelah dilakukan rangkuman dan identifikasinya secara satu

persatu kemudian dapat diambil kriteria yang dipandang sebagai sesuatu yang menjadi perhatian untuk kemudian untuk ditindaklanjuti oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat sebagai sebuah informasi berharga berupa temuan yang bermanfaat sebagai informasi awal untuk melakukan pembenahan. Dalam penelitian ini dapat ditemukan bahwa faktor utama yang termasuk menentukan tingkat kepuasan masyarakat wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya adalah faktor Empathy.

Antara lain yang memegang peranan sangat dominan adalah seberapa jauh keterlibatan pihak fiskus untuk bisa melayani wajib pajak dengan penuh ketulusan hati. Artinya dalam melakukan pelayanannya tidak semata hanya mementingkan penyelesaian tugas saja tanpa menghiraukan kemauan dan bahkan tidak mau tahu akan keluhan dan kebutuhan wajib pajak yang sesungguhnya, karena mereka ingin dilayani dan diperlakukan wajar dengan pendekatan hati. Juga tingkat kepuasan wajib pajak akan terwujud apabila pihak fiskus juga dapat melakukan pendekatan kepada wajib pajak dengan memberikan perhatian secara individu, artinya bahwa para wajib ingin juga diperlakukan secara manusiawi dan mereka ingin juga keluhannya didengarkan. Hal lain juga bisa jadi penentu tingkat kepuasan wajib pajak akan pelayanan dari para karyawan adalah bahwa dibutuhkan juga adanya pemahaman akan kebutuhan wajib pajak dimana dalam menyelaraskan hubungan yang baik antara wajib pajak dengan pihak fiskus dalam pemenuhan kewajibannya dibutuhkan adanya kepekaan dari para karyawan akan kebutuhan wajib pajak.

Kesesuaian pelayanan dengan standar yang telah ditetapkan baik mengenai limit waktu penyelesaian atas suatu proses pekerjaan juga mengenai penerapan

peraturan yang benar dan tidak pilih kasih juga sangat menentukan tingkat kepuasan wajib pajak. Hal lain adalah adanya jalinan hubungan yang baik sebagai mitra kerja antara wajib pajak dengan para karyawan juga sangat menentukan tingkat kepuasan wajib pajak. Terakhir adalah pelayanan yang dilakukan dengan penuh sopan santun akan memberikan citra yang baik dan memberikan rasa kepuasan bagi masyarakat wajib pajak yang dilayani.

6. Pembahasan Temuan Dikaitkan Dengan Justifikasi Teoretik yang Relevan

Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat didapatkan faktor-faktor yang menentukan sebagai tindakan prioritas, yaitu seberapa besar perhatian dan rasa berempati karyawan terhadap keinginan dan kebutuhan untuk melayani wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya. Apabila kemudian dikaitkan dengan teori kualitas pelayanan dan dimensi kualitas jasa yaitu reputasi produk dan tanggung jawab perusahaan dalam hal citra dan reputasi produk jasa dan tanggung jawab perusahaan terhadap konsumen atas perjanjian yang telah dijanjikan atau yang ditawarkan sebelumnya dengan pelaksanaannya. Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Ibarat sebuah perusahaan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat sebagai institusi yang melayani public, bagaimana para karyawannya dapat secara terus menerus meningkatkan kualitas pelayanan

reputasinya sebagai tanggung jawab sehingga masyarakat wajib pajak ibaratnya sebagai konsumen akan merasa terlayani dengan baik dan merasa terpuaskan sehingga apa yang menjadi misi dan tujuan dari Kantor Pelayanan Pajak Denpasar Barat akan lebih mudah dapat dicapai.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Dari hasil analisa yang dilakukan dalam penelitian ini dapatlah disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang menentukan kualitas kepuasan wajib pajak adalah perhatian yang sopan, bukti fisik dan kecepatan pelayanan, jaminan, keandalan dan daya tanggap secara individu.
2. Faktor-faktor penentu dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang harus mendapatkan upaya prioritas pada Kantor Pelayanan Pajak Denpasar Barat adalah faktor perhatian yang sopan dimana antara lain yang perlu yang menjadi bagian terpenting dari empati adalah :
 - a. Variabel ketulusan hati karyawan menempati posisi prioritas sebagai penentu dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat wajib pajak untuk menunaikan kewajibannya. Dimana dari hasil penelitian didapatkan bahwa variabel ini menempati urutan pertama yang dipilih oleh responden sebagai penyebab kurang terpenuhinya kepuasan wajib pajak. Hal ini dapat dilakukan tergantung dari seberapa besar tingkat kepedulian karyawan bisa melakukan pelayanan yang dapat menyentuh hati secara langsung dengan memberikan perhatian yang benar-benar ikhlas tanpa paksaan dan tanpa pamerih.
 - b. Kepuasan wajib pajak juga dapat terwujud apabila para karyawan dapat memahami akan kebutuhan wajib pajak. Dimana adanya kepedulian untuk bisa memahami apa yang menjadi keluhan dan keinginan wajib pajak

dalam melakukan kewajibannya juga memberi kemudahan tanpa melanggar aturan juga jaminan adanya kepastian, dengan demikian keselarasan ini akan dapat meningkatkan kepuasan wajib pajak.

- c. Variabel adanya kesesuaian pelayanan juga sangat menentukan tingkat kepuasan wajib pajak dalam melakukan kewajibannya. Hal ini maksudnya adalah pelayanan yang diberikan kepada masyarakat wajib pajak harus mempunyai standar yang jelas, juga dalam proses penyelesaian suatu pekerjaan mempunyai standar dan limit waktu sehingga dalam pelaksanaan dilapangan bisa dijamin kepastiannya.
- d. Adanya hubungan yang terjalin baik antara wajib pajak dengan karyawan juga sangat menentukan tingkat kepuasan wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya. Maksudnya hubungan yang dibangun adalah sehat sebagai mitra kerja yang saling membutuhkan tanpa mengabaikan kepentingan untuk menjalankan tugas sesuai peraturan yang ada.
- e. Variabel terakhir juga sebagai penentu untuk memberikan kepuasan kepada wajib pajak dalam melakukan kewajibannya adalah faktor kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan. Hal ini dimaksudkan bahwa kesopanan karyawan juga memegang peran yang sangat penting demi terwujudnya kepuasan wajib pajak dalam melakukan kewajibannya, sehingga dengan demikian wajib pajak dapat melakukan kewajibannya dengan baik dan benar.

Sebagaimana telah diuraikan diatas bahwa faktor yang paling menentukan dalam menilai tingkat kepuasan wajib pajak yang dilayani oleh Kantor Pelayanan Pajak Denpasar Barat adalah faktor perhatian yang sopan bukan berarti faktor-

faktor yang lain tidak memberikan nilai yang berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan. Sesuai hasil analisis tersebut bahwa faktor kedua yang menentukan tingkat kepuasan wajib pajak adalah bukti fisik dan kecepatan pelayanan dengan adanya tampilan fisik baik dari prasarana gedung dan fasilitasnya juga kesiapan dari karyawan di lapangan. Faktor ketiga juga tidak kalah pentingnya adalah jaminan bahwa apa yang dilakukan oleh wajib pajak akan mendapatkan respon seharusnya dari karyawan. Demikian juga faktor keempat adanya keandalan dimana layanan yang diberikan dapat meyakinkan, akurat dan bertanggung jawab dan yang tak kalah pentingnya adalah faktor daya tanggap secara individu diberikan dengan cepat, tepat dan memuaskan.

B. Saran

Dalam memberikan saran untuk melakukan usaha perbaikan demi mewujudkan kepuasan wajib pajak sebagai usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat dapat dilakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Bahwa setiap wajib pajak yang melakukan kewajibannya perlu diperlakukan sebagai mitra kerja yang memiliki sumbangsih yang sangat berarti dalam memberikan kontribusi untuk pembangunan negara ini. Maka disarankan agar setiap karyawan yang melayani wajib pajak agar melakukan pelayanan dengan ketulusan hati tanpa pamerih dan pilih kasih juga tidak memandang latar belakang dan status sosial dari wajib pajak yang dilayani, sehingga akan menimbulkan rasa puas dihati wajib pajak.

2. Setiap wajib pajak yang melakukan kewajibannya juga membutuhkan adanya perhatian yang lebih dari seharusnya karena pada dasarnya mereka merasa bahwa dengan membayar pajak bukan hanya karena kewajiban sebagai warga negara tetapi juga mereka ingin mendapat pengakuan atas kesadarannya. Untuk itu disarankan bagi setiap karyawan dalam melakukan pelayanan juga harus dapat memberikan perhatian khusus secara individu mengenai kebutuhan dan keinginan wajib pajak sehingga mereka dapat merasa puas dan bangga telah menunaikan kewajibannya.
3. Bahwa wajib pajak juga ingin diperlakukan sebagai warga yang telah berjasa dan berguna bagi bangsa dan negara karena telah melakukan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu disarankan untuk setiap karyawan dalam melayani wajib pajak juga harus mampu memahami akan kebutuhan dari wajib pajak tanpa mereka harus menyampaikan terlebih dahulu. Hal ini akan dapat memberikan rasa kepuasan dan kebanggaan kepada masyarakat wajib pajak yang dilayani.
4. Dalam pemenuhan kewajiban dan usaha-usaha wajib pajak untuk melakukan suatu permohonan tertentu di Kantor Pajak, dalam prosesnya wajib pajak menginginkan adanya transparansi dan kepastian. Maka disarankan agar setiap karyawan yang melayani wajib pajak dapat melakukan kesesuaian pelayanan dengan memperhatikan transparansi dan limit waktu dalam suatu proses pekerjaan dan menyampaikannya secara terbuka, sehingga hal ini juga memberi nilai kepuasan kepada wajib pajak.
5. Wajib pajak dalam melakukan kewajibannya akan merasa menyenangkan dan memuaskan apabila adanya hubungan baik yang terjalin diantara karyawan

dan para wajib pajak. Untuk terciptanya suasana seperti itu disarankan bagi setiap karyawan agar dapat membangun hubungan yang baik dan sehat dengan wajib pajak tanpa melanggar aturan yang ada dan menciptakan suasana yang harmonis sehingga akan lebih menggugah wajib pajak untuk melakukan kewajibannya dengan baik dan benar sehingga rasa kepuasan kedua belah pihak dapat terwujud.

6. Sebagai komunitas sosial dan warga negara yang sama didepan hukum para wajib pajak juga ingin dihargai sebagai pribadi yang telah berjasa bagi negara. Maka dengan demikian disarankan bagi setiap pegawai dalam melakukan pelayanan kepada wajib pajak harus melakukannya dengan sopan dan beretika tanpa mengabaikan juga adat dan kebiasaan dimana ia bertugas, sehingga hal inipun dapat menciptakan kepuasan dimata wajib pajak.

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR PUSTAKA

- Arief. M, 2005, Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan. Edisi Pertama, Bayumedia Publishing.
- Abdhi, I.B, 2001, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Menginap Pada Hotel - Hotel Berbintang di Kawasan Pariwisata Nusa Dua,
(Tesis), Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Athanassopoulos. A, Gounaris. S and Stathakopoulos. V, 2001, “ *Behavioral Responses to Customer Satisfaction: an empirical study* “, European Journal of Marketing, Vol. 35 Nos 5/6, pp. 687-98
- Kotler, P 2000, Manajemen Pemasaran, Marketing Manajemen, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Melenium, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit Prehallindo, Jakarta
- _____, 2005, Manajemen Pemasaran, Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia
- _____, 2006, *According To Kotler*, Tokoh Paling Kompeten Dalam Pemasaran Menjawab Pertanyaan Anda, Penerbit PT. Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia
- Kotler, P and Bowen, J.M, 1999 *Marketing For Hospitality and Tourism*, New Jersey, Prentice-Hall, Inc.
- Keaveney. S, 1995, Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study, “ *Journal of Marketing New York* ”.
- Lupiyoadi. R, 2001, Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Malhotra, N. K, 2005, Riset Pemasaran, Penerbit PT Indeks Kelompok Gramedia Jakarta
- Olorunniwo, F; Maxwell K H; Godwin J. U, 2006, *Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in the Service*, The Journal of Service Marketing; pg. 201; ABI/Inform Research.
- Parasuraman, A,; Zeithmal, V.A; @ Berry, L.L, 1994, *Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Consumen Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing, vol. 64

- Rangkuti. F, 2003, “ *Measuring Customer Satisfaction* “ Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Roland, R. T; Zahorik, and Anthony J, 1993, *Customer Satisfaction, Customer Retention, and Market Share*, Journal of Retailing; Pg 69, 2; ABI/INFORM Research.
- Santoso. S dan Tjiptono. F, 2001, Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi SPSS, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia Jakarta.
- Skaran. U (2006), *Research Methode For Business*, Edisi Empat. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Suana I Wayan, 2001, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan di Ulam Restaurant Nusa Dua.
(Tesis), Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Tjiptono, F. 2000, *Strategi Bisnis Modern*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum Perpajakan (KUP)
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh)
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2000 tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPN)
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1985 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1994 tentang Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

LAMPIRAN

UNIVERSITAS TERBUKA

Lampiran 1. Kuesioner

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA- UPBJJ DENPASAR
DAFTAR PERTANYAAN**

PENELITIAN: FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEPUASAN WAJIB PAJAK PADA
KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA DENPASAR BARAT

PENGANTAR

Bersama ini saya memberitahukan bahwa, saya mengadakan penelitian ilmiah mengenai Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Pelayanan Yang Diberikan Oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat. Untuk tujuan tersebut perkenankan saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjadi responden dalam penelitian ini, dengan menjawab dan mengisi daftar pertanyaan yang telah kami sediakan dengan kesungguhan hati dan jujur. Kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Saudara selaku wajib pajak sekaligus sebagai nara sumber data dijamin, informasi yang didapat akan dipergunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di masing-masing Kantor Pelayanan Pajak, sehingga tingkat kepuasan masyarakat wajib pajak dapat terpenuhi.

Hormat Saya

Nama : I Ketut Suena

NIM : 015334538

Besar harapan kami mohon kepada Bapak/Ibu /Saudara berkenan mengisi kuisisioner ini dengan lengkap, jujur dan tanpa dipengaruhi oleh siapapun . Dengan terlebih dahulu mengisi identitas dari responden.

PETUNJUK :

I. Berilah tanda silang pada salah satu jawaban di bawah ini yang sesuai dengan kenyataan :

a. Nama :

b. Apakah kapasitas sebagai :

1. Wajib Pajak langsung mewakili diri sendiri
2. Mewakili wajib pajak sebagai konsultan
3. Mewakili wajib pajak perusahaan sebagai pegawai *staff accounting*
4. Mewakili perusahaan selaku pemilik
5. Mewakili perusahaan selaku pemegang saham

c. Jenis Kelamin:

1. Pria
2. Wanita

d. Warga Negara:

1. Indonesia
2. Asing

e. Usia:

1. < 20 Tahun
2. 20 – 40 Tahun
3. > 40 Tahun

f. Pendidikan :

1. SMU/Sederajat
2. Mahasiswa
3. Diploma
4. Sarjana
5. Pasca Sarjana

g. Pekerjaan :

1. Pegawai Pemerintahan
2. Pegawai Swasta
3. Wiraswasta
4. Profesional

h. Motivasi datang ke Kantor Pajak dalam rangka:

1. Atas kemauan sendiri
2. Atas suruhan orang lain
3. Karena panggilan tugas di perusahaan tempat bekerja.
4. Karena sekedar ingin tahu

i. Informasi tentang adanya kewajiban pajak bagi setiap warga Negara diperoleh dari:

1. Belajar sendiri
2. Pendidikan formal
3. Media massa
4. Petugas pajak

II. Jawablah pertanyaan berikut yang berkenaan dengan kepuasan Saudara terhadap kualitas pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat dengan memberi tanda silang (X) pada kolom jawaban :

1. Sangat Tidak Puas = (STP)
- 2.. Tidak Puas = (TP)
3. Puas = (P)
4. Sangat Puas = (SP)

No	Faktor/Atribut	1	2	3	4
1	TANGIBLE				
A	Puaskah Saudara terhadap fasilitas bangunan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat.				
B	Puaskah Saudara terhadap seluruh fasilitas yang ada di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
C	Puaskah Saudara terhadap penampilan karyawan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
	Puaskah Saudara terhadap iklan layanan masyarakat mengenai pajak yang dilakukan di media massa				
2	REABILITY				
A	Puaskah Saudara terhadap keandalan pelayanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
B	Puaskah Saudara akan pelayanan sesuai janji yang diberikan				
C	Puaskah Saudara akan ketepatan waktu pelayanan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
3	RESPONSIVENESS				
A	Puaskah Saudara terhadap respon karyawan menyelesaikan keluhan wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
B	Puaskah Saudara terhadap kejelasan dan kecepatan layanan				

	informasi dan administrasi yang diberikan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
C	Puaskah Saudara terhadap kesiapan karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat merespon permohonan wajib pajak				
4	ASSURANCE				
A	Puaskah Saudara terhadap pengetahuan perpajakan yang dimiliki karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
B	Puaskah Saudara terhadap kesopanan karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
C	Puaskah Saudara terhadap keramahan karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
D	Puaskah Saudara terhadap kenyamanan dan keamanan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
5	EMPATHY				
A	Puaskah Saudara terhadap perhatian karyawan secara individu pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
B	Puaskah Saudara terhadap ketulusan perhatian karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
C	Puaskah Saudara terhadap hubungan yang dijalin oleh karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat kepada wajib pajak yang dilayani				
D	Puaskah Saudara kepada kesesuaian pelayanan terhadap keinginan Saudara pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				
E	Puaskah Saudara terhadap pemahaman karyawan akan kebutuhan wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat				

No	Kapasitas	JK	WN	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Motivasi	Info	Tangible				Reliability			Responsiveness		Assurance				Empathy				Total Skor					
									x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17		x18	x19			
1	1	1	1	3	4	3	1	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	65
2	1	1	1	2	4	2	1	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	58
3	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	58	
4	1	2	1	2	3	3	1	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	56	
5	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63	
6	1	1	1	3	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	74	
7	1	1	1	3	1	3	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	
8	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67	
9	1	1	1	3	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59	
10	1	1	1	3	1	3	1	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67	
11	1	1	1	2	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54	
12	1	1	1	3	4	3	1	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	46	
13	1	2	1	3	1	3	1	4	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	4	64	
14	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	58
15	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	40	
16	1	1	1	3	1	3	1	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	59	
17	1	1	1	3	1	3	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	43	
18	1	1	1	2	1	3	1	4	2	1	2	1	1	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	61	
19	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50	
20	1	1	1	3	4	3	1	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	1	2	2	2	3	3	3	2	2	1	1	58	
21	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	56	
22	1	1	1	3	4	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	67	
23	1	1	1	2	4	2	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	60	
24	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59	
25	1	2	1	2	3	1	1	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	62	
26	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	61	
27	1	1	1	3	4	3	1	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	
28	1	1	1	3	1	3	1	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	2	2	2	4	1	2	1	56	
29	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	59	
30	1	1	1	3	4	3	1	4	1	2	1	2	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	57	
31	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	66	
32	1	1	1	2	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58	
33	1	1	1	3	4	1	1	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	57	
34	1	2	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62	
35	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	4	4	4	1	2	1	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	67	
36	1	1	1	3	1	3	1	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	63	
37	1	1	1	3	4	3	1	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67	
38	1	1	1	2	4	2	1	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	58	
39	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	62	
40	1	2	1	2	3	1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	57	
41	1	1	1	3	1	3	1	4	2	2	4	2	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	57	
42	1	1	1	3	4	3	1	3	2	3	2	1	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49	

No	Kapasitas	JK	WN	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Motivasi	Info	Tangible				Reliability			Responsiveness			Assurance				Empathy					Total Skor										
									x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19											
43	1	1	1	3	1	3	1	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
44	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58	
45	1	1	1	3	4	3	1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	56		
46	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	64		
47	1	1	1	2	4	3	1	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	63		
48	1	1	1	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	59		
49	1	2	1	3	1	3	1	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	67	
50	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	64	
51	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
52	1	1	1	3	1	3	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61	
53	1	1	1	3	1	3	1	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	61	
54	1	1	1	2	1	3	1	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
55	1	1	1	3	4	3	1	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61	
56	1	1	1	2	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59	
57	1	2	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59	
58	2	2	1	2	3	2	1	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	61	
59	1	1	1	3	1	3	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64	
60	1	1	1	3	4	3	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68	
61	1	1	1	3	1	3	1	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	
62	1	1	1	3	1	3	1	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66	
63	1	1	1	3	4	3	1	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	
64	3	1	1	3	1	3	1	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	
65	1	1	1	2	4	2	1	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71	
66	1	1	1	3	4	3	1	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64	
67	1	2	1	3	1	3	1	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63	
68	1	1	1	3	1	3	1	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68	
69	1	1	1	3	1	3	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61	
70	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
71	3	1	1	3	1	3	1	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
72	1	1	1	3	4	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	60	
73	4	1	1	2	4	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61	
74	1	2	1	3	1	3	1	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64	
75	1	2	1	2	3	3	1	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	64	
76	1	1	1	3	1	3	1	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	2	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	64	
77	1	1	1	3	4	3	1	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	45		
78	1	1	1	3	1	3	1	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	64	
79	1	1	1	3	1	3	1	4	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	41
80	1	1	1	3	4	3	1	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63	
81	1	1	1	3	1	3	1	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
82	4	2	1	2	4	3	1	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
83	1	1	1	3	4	3	1	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
84	3	2	1	3	1	3	1	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59	

No	Kapabilitas	JK	WN	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Motivasi	Info	Tangible				Reliability			Responsiveness			Assurance				Empathy				Total Skor										
									x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18		x19									
85	1	1	1	3	4	1	1	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
86	1	1	1	2	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57	
87	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	59		
88	1	2	1	2	3	3	1	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	62		
89	1	1	1	3	1	3	1	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	63		
90	4	1	1	3	4	3	1	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	65		
91	1	1	1	3	1	3	1	4	4	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57	
92	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	59	
93	1	1	1	3	4	1	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	62		
94	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	65		
95	1	1	1	2	4	3	1	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	65		
96	4	1	1	3	4	3	1	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	63		
97	1	2	1	3	1	3	1	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	67		
98	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57		
99	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	56		
100	1	1	1	3	1	3	1	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	58	

UNIVERSITAS TERBUKA

Lampiran 3. Data MSI

No	Tangible				Reliability			Responsiveness			Assurance				Empathy					Total Skor
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	
1	3.106	3.144	2.900	4.447	3.026	3.478	3.062	2.997	1.767	3.255	2.940	1.750	3.056	3.596	3.486	1.750	3.162	3.084	3.096	57.102
2	3.106	3.144	2.900	4.447	3.026	4.993	4.673	4.391	2.945	4.596	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	4.610	3.162	4.610	4.556	71.409
3	3.106	3.144	2.900	4.447	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	2.071	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	4.637	3.084	3.096	61.372
4	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	4.429	3.255	2.940	1.750	3.056	3.596	3.486	4.610	3.162	3.084	3.096	61.197
5	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	2.000	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	58.178
6	4.516	4.637	4.385	4.447	4.581	4.993	4.673	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	2.141	3.130	3.162	3.084	3.096	68.806
7	3.106	4.637	4.385	4.447	4.581	4.993	3.062	4.391	4.429	4.596	4.493	4.673	4.610	5.211	4.981	4.610	4.637	4.610	4.556	85.004
8	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	2.000	3.062	1.789	2.945	2.071	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	4.556	57.246
9	4.516	4.637	4.385	4.447	4.581	4.993	4.673	4.391	4.429	4.596	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	74.369
10	3.106	4.637	4.385	4.447	3.026	2.000	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	62.582
11	4.516	4.637	4.385	4.447	4.581	4.993	4.673	4.391	4.429	4.596	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	74.369
12	1.869	3.144	1.788	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	2.141	3.130	3.162	3.084	3.096	55.962
13	1.000	1.842	1.000	1.750	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	1.568	1.750	1.573	3.596	2.141	3.130	3.162	3.084	1.873	46.234
14	3.106	3.144	2.900	4.447	4.581	3.478	3.062	4.391	4.429	2.071	4.493	4.673	4.610	3.596	3.486	1.750	3.162	4.610	4.556	70.544
15	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	4.993	4.673	4.391	4.429	4.596	2.940	3.173	3.056	3.596	2.141	1.750	3.162	1.794	1.873	61.763
16	1.869	4.637	2.900	1.750	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	1.000	1.000	1.000	2.000	1.000	1.000	1.000	1.794	1.000	40.712
17	4.516	4.637	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	2.071	2.940	3.173	3.056	3.596	4.981	3.130	3.162	3.084	3.096	62.869
18	1.869	1.000	1.788	1.000	1.000	2.000	1.000	1.789	1.767	1.000	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	4.637	3.084	3.096	44.411
19	3.106	3.144	2.900	3.020	4.581	4.993	4.673	2.997	2.945	4.596	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	65.678
20	3.106	3.144	2.900	4.447	3.026	2.000	3.062	4.391	4.429	3.255	1.000	1.750	1.573	2.000	3.486	3.130	1.883	1.794	1.000	51.375
21	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	4.993	4.673	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	1.873	61.560
22	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	1.000	1.000	1.000	2.940	3.173	3.056	5.211	4.981	3.130	4.637	4.610	4.556	61.027
23	4.516	4.637	4.385	4.447	3.026	3.478	3.062	2.997	4.429	3.255	4.493	4.673	4.610	3.596	3.486	4.610	4.637	3.084	3.096	74.515
24	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	4.391	4.429	4.596	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	63.874
25	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	1.350	4.391	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	2.141	4.610	4.637	4.610	3.096	62.473
26	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	4.493	4.673	4.610	3.596	2.141	4.610	4.637	4.610	3.096	67.397
27	4.516	4.637	4.385	3.020	3.026	3.478	3.062	4.391	4.429	2.071	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	65.737
28	4.516	4.637	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	4.391	4.429	2.071	2.940	3.173	3.056	2.000	2.141	1.750	4.637	1.000	1.873	58.098
29	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	2.141	3.130	3.162	3.084	3.096	58.311
30	1.000	1.842	1.000	1.750	3.026	3.478	3.062	4.391	2.945	2.071	4.493	4.673	4.610	5.211	3.486	4.610	4.637	4.610	4.556	65.448
31	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	2.071	2.940	3.173	3.056	5.211	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	60.086
32	4.516	4.637	4.385	4.447	4.581	4.993	4.673	4.391	4.429	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	73.029
33	3.106	3.144	2.900	3.020	4.581	4.993	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	2.141	3.130	3.162	3.084	3.096	61.381
34	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	59.656
35	3.106	3.144	2.900	3.020	4.581	4.993	4.673	1.000	1.767	1.000	4.493	4.673	4.610	5.211	4.981	3.130	4.637	3.084	4.556	69.557
36	4.516	4.637	2.900	3.020	4.581	3.478	4.673	2.997	2.945	3.255	4.493	4.673	4.610	5.211	3.486	3.130	3.162	4.610	4.556	74.931
37	4.516	4.637	2.900	3.020	4.581	4.993	3.062	4.391	2.945	4.596	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	68.363
38	4.516	3.144	4.385	4.447	4.581	4.993	3.062	2.997	4.429	3.255	4.493	3.173	4.610	5.211	3.486	3.130	3.162	3.084	4.556	74.713
39	3.106	3.144	4.385	4.447	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	1.883	3.084	3.096	61.288
40	3.106	3.144	4.385	4.447	4.581	4.993	4.673	2.997	2.945	3.255	4.493	1.750	4.610	3.596	3.486	1.750	3.162	3.084	3.096	67.553
41	1.869	1.842	4.385	1.750	4.581	4.993	3.062	1.789	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	4.637	3.084	3.096	60.667
42	1.869	3.144	1.788	1.000	3.026	3.478	3.062	1.789	1.000	2.071	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	50.950
43	3.106	4.637	4.385	3.020	3.026	3.478	3.062	4.391	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	64.027
44	3.106	3.144	4.385	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	61.141
45	3.106	3.144	4.385	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	2.141	3.130	3.162	1.794	3.096	58.506
46	3.106	3.144	4.385	3.020	4.581	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	4.493	4.673	4.610	3.596	2.141	4.610	4.637	4.610	3.096	70.437
47	3.106	3.144	2.900	3.020	4.581	4.993	4.673	2.997	1.767	2.071	2.940	4.673	3.056	3.596	4.981	4.610	4.637	4.610	3.096	69.449
48	3.106	4.637	4.385	4.447	3.026	3.478	3.062	4.391	4.429	2.071	2.940	3.173	3.056	3.596	2.141	3.130	3.162	1.794	3.096	63.118
49	1.869	4.637	2.900	3.020	4.581	3.478	3.062	4.391	4.429	4.596	4.493	4.673	4.610	5.211	3.486	4.610	3.162	3.084	4.556	74.846
50	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	1.767	2.071	2.940	4.673	3.056	3.596	4.981	4.610	3.162	3.084	3.096	61.768
51	3.106	3.144	4.385	4.447	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	4.493	4.673	4.610	3.596	3.486	4.610	4.637	3.084	3.096	70.128
52	4.516	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	4.596	2.940	3.173	3.056	5.211	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	64.021
53	3.106	4.637	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	4.391	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	4.981	3.130	3.162	4.610	3.096	65.562
54	4.516	3.144	2.900	3.020	4.581	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	4.610	3.096	64.146
55	4.516	3.144	2.900	4.447	3.026	3.478	3.062	2.997	4.429	4.596	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	65.317
56	4.516	3.144	2.900	3.020	4.581	3.478	4.673	2.997	4.429	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	65.716

Lampiran 3. Data MSI

No	Tangible				Reliability			Responsiveness			Assurance				Empathy				Total Skor	
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18		x19
57	3.106	3.144	2.900	3.020	4.581	3.478	4.673	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	62.822
58	1.869	3.144	2.900	3.020	4.581	3.478	4.673	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	4.981	3.130	3.162	3.084	3.096	63.080
59	1.869	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	4.493	4.673	4.610	3.596	3.486	4.610	4.637	3.084	3.096	65.980
60	4.516	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	4.596	2.940	4.673	3.056	5.211	2.141	4.610	4.637	4.610	4.556	70.116
61	3.106	4.637	4.385	4.447	3.026	3.478	3.062	4.391	2.945	3.255	4.493	4.673	4.610	5.211	2.141	4.610	4.637	4.610	4.556	76.269
62	3.106	4.637	4.385	3.020	4.581	3.478	3.062	4.391	4.429	2.071	2.940	1.750	3.056	3.596	2.141	4.610	4.637	3.084	4.556	67.528
63	3.106	4.637	2.900	4.447	4.581	3.478	3.062	4.391	4.429	2.071	2.940	3.173	3.056	5.211	3.486	4.610	4.637	4.610	4.556	73.377
64	4.516	4.637	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	4.391	2.945	2.071	4.493	4.673	4.610	5.211	4.981	3.130	4.637	3.084	3.096	71.957
65	3.106	4.637	2.900	4.447	4.581	3.478	3.062	4.391	4.429	3.255	4.493	4.673	4.610	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	71.614
66	4.516	4.637	4.385	4.447	3.026	3.478	4.673	4.391	2.945	4.596	4.493	3.173	4.610	5.211	3.486	4.610	4.637	4.610	4.556	80.477
67	1.869	3.144	4.385	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	4.493	3.173	4.610	5.211	4.981	4.610	4.637	3.084	4.556	70.534
68	3.106	4.637	4.385	4.447	3.026	3.478	3.062	4.391	4.429	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	4.610	3.096	68.463
69	4.516	4.637	2.900	4.447	4.581	3.478	4.673	4.391	2.945	4.596	4.493	3.173	4.610	3.596	3.486	3.130	4.637	4.610	3.096	75.992
70	3.106	3.144	4.385	3.020	3.026	4.993	4.673	2.997	4.429	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	65.751
71	3.106	4.637	2.900	4.447	3.026	3.478	3.062	4.391	4.429	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	1.883	3.084	3.096	64.173
72	3.106	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	1.750	3.162	3.084	1.873	57.054
73	3.106	1.842	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	1.789	2.945	3.255	4.493	4.673	4.610	3.596	3.486	3.130	4.637	4.610	3.096	64.752
74	1.869	3.144	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	4.493	4.673	4.610	3.596	3.486	3.130	4.637	4.610	3.096	66.025
75	3.106	4.637	4.385	3.020	4.581	3.478	3.062	4.391	4.429	3.255	2.940	4.673	3.056	3.596	2.141	3.130	4.637	4.610	3.096	70.220
76	3.106	4.637	2.900	3.020	3.026	3.478	4.673	4.391	4.429	3.255	4.493	1.750	4.610	3.596	2.141	4.610	4.637	3.084	4.556	70.391
77	3.106	4.637	2.900	3.020	3.026	4.993	4.673	4.391	4.429	2.071	1.000	1.000	1.000	2.000	1.000	1.000	1.883	1.000	1.000	48.128
78	4.516	4.637	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	4.391	2.945	2.071	2.940	4.673	3.056	3.596	4.981	4.610	4.637	3.084	4.556	70.177
79	1.000	1.842	1.000	1.750	1.380	2.000	1.000	1.789	1.000	1.000	2.940	4.673	3.056	3.596	3.486	1.750	3.162	3.084	1.873	41.382
80	4.516	4.637	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	4.391	2.945	4.596	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	4.637	4.610	3.096	68.292
81	1.869	3.144	4.385	4.447	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	2.000	4.981	4.610	4.637	3.084	4.556	65.643
82	3.106	4.637	4.385	3.020	3.026	3.478	3.062	4.391	4.429	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	2.141	3.130	3.162	3.084	3.096	64.166
83	4.516	4.637	2.900	3.020	3.026	3.478	3.062	4.391	2.945	4.596	1.568	4.673	1.573	3.596	3.486	4.610	4.637	4.610	4.556	69.879
84	3.106	3.144	2.900	3.020	4.581	3.478	3.062	2.997	2.945	2.071	4.493	3.173	4.610	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	63.134
85	4.516	4.637	2.900	3.020	4.581	4.993	4.673	4.391	4.429	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	70.117
86	3.106	3.144	2.900	3.020	4.581	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	2.141	3.130	3.162	3.084	3.096	59.866
87	3.106	3.144	2.900	1.750	4.581	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	4.610	3.162	3.084	4.556	62.882
88	3.106	3.144	4.385	3.020	4.581	3.478	3.062	2.997	2.945	2.071	2.940	3.173	3.056	3.596	4.981	4.610	4.637	3.084	4.556	67.421
89	4.516	3.144	4.385	1.750	4.581	4.993	4.673	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	2.000	3.486	4.610	3.162	4.610	4.556	68.831
90	4.516	4.637	4.385	3.020	4.581	4.993	3.062	4.391	2.945	4.596	2.940	3.173	3.056	5.211	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	71.462
91	4.516	3.144	1.788	3.020	3.026	2.000	3.062	2.997	4.429	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	59.961
92	3.106	3.144	4.385	4.447	4.581	4.993	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	1.883	3.084	1.873	63.136
93	3.106	3.144	4.385	4.447	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	4.493	4.673	4.610	3.596	3.486	4.610	3.162	3.084	1.873	67.432
94	3.106	3.144	2.900	4.447	4.581	4.993	4.673	1.789	2.945	3.255	4.493	3.173	4.610	5.211	3.486	3.130	4.637	4.610	3.096	72.276
95	3.106	3.144	2.900	4.447	4.581	2.000	4.673	2.997	2.945	3.255	4.493	3.173	4.610	5.211	4.981	3.130	4.637	3.084	4.556	71.921
96	3.106	3.144	2.900	4.447	4.581	4.993	3.062	4.391	4.429	3.255	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	4.610	3.096	68.555
97	3.106	3.144	2.900	4.447	4.581	4.993	3.062	4.391	2.945	4.596	4.493	3.173	4.610	5.211	3.486	3.130	4.637	4.610	3.096	74.607
98	3.106	3.144	2.900	4.447	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	2.071	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	3.162	3.084	3.096	59.898
99	3.106	3.144	2.900	4.447	3.026	4.993	3.062	1.789	2.945	2.071	2.940	3.173	3.056	3.596	3.486	3.130	1.883	3.084	3.096	58.926
100	3.106	3.144	2.900	4.447	3.026	3.478	3.062	2.997	2.945	3.255	2.940	3.173	3.056	5.211	3.486	3.130	3.162	3.084	1.873	61.474

Lampiran 4. Tabel Frekuensi

Kapasitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mewakili diri sendiri	92	92.0	92.0	92.0
	Konsultan	1	1.0	1.0	93.0
	Staff accounting	3	3.0	3.0	96.0
	Pemilik perusahaan	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	85	85.0	85.0	85.0
	Wanita	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Warga Negara

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Indonesia	100	100.0	100.0	100.0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-40 th	20	20.0	20.0	20.0
	>40 th	80	80.0	80.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMU sederajat	57	57.0	57.0	57.0
	Diploma	6	6.0	6.0	63.0
	Sarjana	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pegawai Pemerintah	5	5.0	5.0	5.0
Pegawai Swasta	9	9.0	9.0	14.0
Wiraswasta	86	86.0	86.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Motivasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kemauan sendiri	96	96.0	96.0	96.0
Panggilan tugas	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Media masa	5	5.0	5.0	5.0
Petugas pajak	95	95.0	95.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	11	11.0	11.0	14.0
3	60	60.0	60.0	74.0
4	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	5	5.0	5.0	6.0
3	59	59.0	59.0	65.0
4	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	4	4.0	4.0	7.0
3	61	61.0	61.0	68.0
4	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	7	7.0	7.0	9.0
3	56	56.0	56.0	65.0
4	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	1	1.0	1.0	2.0
3	60	60.0	60.0	62.0
4	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	8.0	8.0	8.0
3	66	66.0	66.0	74.0
4	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	1	1.0	1.0	3.0
3	73	73.0	73.0	76.0
4	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	8	8.0	8.0	10.0
3	52	52.0	52.0	62.0
4	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	5	5.0	5.0	8.0
3	62	62.0	62.0	70.0
4	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	4.0	4.0	4.0
2	21	21.0	21.0	25.0
3	57	57.0	57.0	82.0
4	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	2	2.0	2.0	5.0
3	68	68.0	68.0	73.0
4	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	7	7.0	7.0	9.0
3	67	67.0	67.0	76.0
4	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	3	3.0	3.0	5.0
3	68	68.0	68.0	73.0
4	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	6.0	6.0	6.0
3	74	74.0	74.0	80.0
4	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	19	19.0	19.0	21.0
3	65	65.0	65.0	86.0
4	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	7	7.0	7.0	9.0
3	64	64.0	64.0	73.0
4	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	6	6.0	6.0	7.0
3	58	58.0	58.0	65.0
4	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	5	5.0	5.0	7.0
3	66	66.0	66.0	73.0
4	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	9	9.0	9.0	12.0
3	64	64.0	64.0	76.0
4	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

UNIVERSITAS TERBUKA

total

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	40	1	1.0	1.0	1.0
	41	1	1.0	1.0	2.0
	43	1	1.0	1.0	3.0
	45	1	1.0	1.0	4.0
	46	1	1.0	1.0	5.0
	49	1	1.0	1.0	6.0
	50	1	1.0	1.0	7.0
	54	1	1.0	1.0	8.0
	55	4	4.0	4.0	12.0
	56	5	5.0	5.0	17.0
	57	6	6.0	6.0	23.0
	58	9	9.0	9.0	32.0
	59	10	10.0	10.0	42.0
	60	7	7.0	7.0	49.0
	61	9	9.0	9.0	58.0
	62	6	6.0	6.0	64.0
	63	7	7.0	7.0	71.0
	64	10	10.0	10.0	81.0
	65	6	6.0	6.0	87.0
	66	2	2.0	2.0	89.0
	67	7	7.0	7.0	96.0
	68	2	2.0	2.0	98.0
	71	1	1.0	1.0	99.0
	74	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	19

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x1	3.00	.788	30
x2	3.20	.714	30
x3	3.03	.765	30
x4	3.20	.761	30
x5	3.13	.571	30
x6	3.10	.662	30
x7	3.13	.629	30
x8	3.27	.740	30
x9	3.23	.728	30
x10	2.87	.860	30
x11	3.00	.695	30
x12	2.97	.669	30
x13	3.03	.615	30
x14	3.00	.455	30
x15	2.77	.679	30
x16	3.03	.718	30
x17	3.20	.664	30
x18	3.07	.691	30
x19	2.93	.785	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	55.17	44.695	.484	.853
x2	54.97	45.964	.407	.856
x3	55.13	44.602	.512	.852
x4	54.97	43.482	.633	.846
x5	55.03	45.413	.608	.850
x6	55.07	45.651	.484	.853
x7	55.03	46.585	.401	.856
x8	54.90	46.576	.327	.860
x9	54.93	46.547	.337	.859
x10	55.30	45.941	.320	.862
x11	55.17	44.006	.643	.847
x12	55.20	44.303	.637	.847
x13	55.13	44.464	.680	.846
x14	55.17	47.592	.418	.857
x15	55.40	46.524	.371	.858
x16	55.13	45.844	.417	.856
x17	54.97	47.137	.311	.860
x18	55.10	46.438	.372	.858
x19	55.23	44.668	.469	.853

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
58.17	50.420	7.101	19

Lampiran6. Hasil Analisis Faktor

Descriptive Statistics

Variabel	Mean	Std. Deviation	Analysis N
x1	3.27335	0.8935	100
x2	3.58001	0.8533	100
x3	3.27372	0.8550	100
x4	3.39015	0.8820	100
x5	3.58018	0.8287	100
x6	3.75366	0.8382	100
x7	3.39028	0.7974	100
x8	3.39014	0.8878	100
x9	3.27295	0.8622	100
x10	3.15754	0.9056	100
x11	3.27367	0.8351	100
x12	3.38993	0.8582	100
x13	3.38997	0.8355	100
x14	3.82324	0.7932	100
x15	3.39003	0.8825	100
x16	3.3904	0.8690	100
x17	3.57989	0.8597	100
x18	3.38984	0.8440	100
x19	3.27345	0.8684	100

UNIVERSITAS TERBUKA

Correlation Matrix(a)

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19
Sig. (1-tailed)	x1	0.000	0.001	0.001	0.004	0.018	0.001	0.001	0.001	0.001	0.498	0.355	0.491	0.278	0.295	0.433	0.482	0.227	0.124
	x2	0.000	0.000	0.000	0.015	0.098	0.006	0.000	0.000	0.010	0.419	0.403	0.399	0.492	0.198	0.384	0.324	0.374	0.164
	x3	0.001	0.000	0.000	0.003	0.002	0.027	0.025	0.001	0.014	0.075	0.486	0.071	0.389	0.472	0.025	0.371	0.375	0.066
	x4	0.001	0.000	0.000	0.018	0.044	0.013	0.002	0.000	0.005	0.006	0.416	0.004	0.081	0.122	0.383	0.331	0.184	0.294
	x5	0.004	0.015	0.003	0.018	0.000	0.000	0.077	0.012	0.008	0.013	0.385	0.013	0.063	0.179	0.277	0.407	0.023	0.007
	x6	0.018	0.098	0.002	0.044	0.000	0.000	0.106	0.081	0.003	0.358	0.256	0.404	0.297	0.360	0.312	0.188	0.261	0.393
	x7	0.001	0.006	0.027	0.013	0.000	0.000	0.162	0.025	0.002	0.186	0.052	0.194	0.474	0.258	0.273	0.246	0.448	0.200
	x8	0.001	0.000	0.025	0.002	0.077	0.106	0.162	0.000	0.000	0.320	0.337	0.335	0.298	0.034	0.167	0.482	0.294	0.394
	x9	0.001	0.000	0.001	0.000	0.012	0.081	0.025	0.000	0.001	0.370	0.052	0.357	0.071	0.003	0.413	0.050	0.035	0.360
	x10	0.001	0.010	0.014	0.005	0.008	0.003	0.002	0.000	0.001	0.333	0.350	0.334	0.193	0.063	0.120	0.271	0.039	0.492
	x11	0.498	0.419	0.075	0.006	0.013	0.358	0.186	0.320	0.370	0.333	0.000	0.000	0.000	0.007	0.001	0.000	0.000	0.000
	x12	0.355	0.403	0.486	0.416	0.385	0.256	0.052	0.337	0.052	0.350	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000
	x13	0.491	0.399	0.071	0.004	0.013	0.404	0.194	0.335	0.397	0.334	0.000	0.000	0.000	0.005	0.000	0.000	0.000	0.000
	x14	0.278	0.492	0.389	0.081	0.063	0.297	0.474	0.298	0.071	0.193	0.000	0.000	0.000	0.002	0.005	0.000	0.000	0.000
	x15	0.295	0.198	0.472	0.122	0.179	0.360	0.258	0.034	0.003	0.063	0.007	0.002	0.005	0.002	0.008	0.013	0.014	0.000
	x16	0.433	0.384	0.025	0.383	0.277	0.312	0.273	0.167	0.413	0.120	0.001	0.000	0.000	0.005	0.008	0.000	0.000	0.000
	x17	0.482	0.324	0.371	0.331	0.407	0.188	0.246	0.482	0.050	0.271	0.000	0.000	0.000	0.000	0.013	0.000	0.000	0.000
	x18	0.227	0.374	0.375	0.184	0.023	0.261	0.448	0.294	0.035	0.039	0.000	0.000	0.000	0.000	0.014	0.000	0.000	0.000
	x19	0.124	0.164	0.066	0.294	0.007	0.393	0.200	0.394	0.360	0.492	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

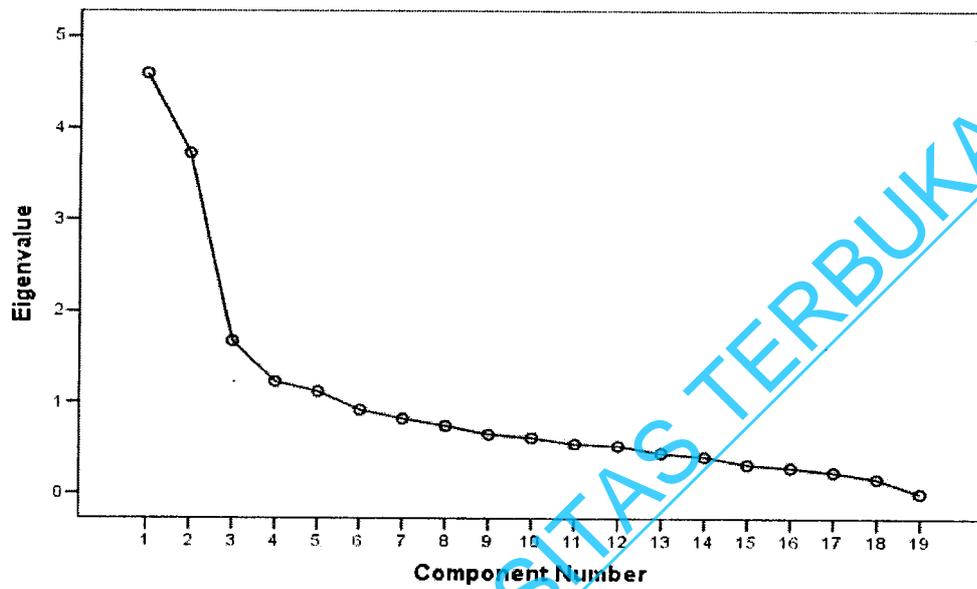
a Determinant = 2.16E-006

UNIVERSITAS TERBUKA

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.700
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1197.995
	df	171
	Sig.	0.000

Scree Plot



Anti-image Matrices

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19
Anti-image	x1	0.589	-0.173	-0.018	-0.042	-0.003	-0.034	-0.053	0.082	-0.073	-0.120	0.006	-0.071	-0.005	-0.013	-0.043	0.071	-0.059	-0.035	-0.035
	x2	-0.173	0.337	-0.140	-0.034	-0.033	0.097	-0.087	-0.203	0.042	0.098	-0.008	-0.031	0.008	-0.043	0.020	0.005	0.039	0.041	-0.005
	x3	-0.018	-0.140	0.553	-0.168	-0.034	-0.145	0.102	0.102	-0.036	-0.078	0.002	0.032	-0.003	0.117	0.015	-0.093	-0.031	0.090	-0.050
	x4	-0.042	-0.034	-0.168	0.576	0.054	-0.009	-0.030	-0.010	-0.093	-0.020	0.007	0.053	-0.007	-0.062	-0.103	0.038	0.073	-0.096	0.051
	x5	-0.003	-0.033	-0.034	0.054	0.548	-0.188	-0.112	0.029	-0.074	-0.018	0.006	0.011	-0.006	0.003	-0.020	0.057	0.041	-0.087	-0.085
	x6	-0.034	0.097	-0.145	-0.009	-0.188	0.509	-0.193	-0.073	0.034	0.012	-0.011	-0.021	0.011	-0.073	0.007	-0.021	0.032	-0.027	0.097
	x7	-0.053	-0.087	0.102	-0.030	-0.112	-0.193	0.532	0.078	-0.020	-0.119	0.001	0.107	-0.002	0.091	-0.071	0.019	-0.022	0.050	-0.049
	x8	0.082	-0.203	0.102	-0.010	0.029	-0.073	0.078	0.320	-0.180	-0.139	0.005	0.009	-0.005	0.033	0.006	-0.012	-0.060	-0.054	0.000
	x9	-0.073	0.042	-0.036	-0.093	-0.074	0.034	-0.020	-0.180	0.444	0.000	0.001	0.009	-0.001	0.046	-0.130	-0.013	0.047	0.119	-0.042
	x10	-0.120	0.098	-0.078	-0.020	-0.018	0.012	-0.119	-0.139	0.000	0.614	-0.003	0.031	0.003	-0.093	0.091	-0.100	0.089	-0.105	0.090
	x11	0.006	-0.008	0.002	0.007	0.006	-0.011	0.001	0.005	0.001	-0.003	0.003	-0.003	-0.003	-0.001	0.008	0.007	-0.004	-0.002	-0.007
	x12	-0.071	-0.031	0.032	0.053	0.011	-0.021	0.107	0.009	0.009	0.031	-0.003	0.514	0.002	0.004	-0.099	-0.107	-0.020	-0.103	0.068
	x13	-0.005	0.008	-0.003	-0.007	-0.006	0.011	-0.002	-0.005	-0.001	0.003	-0.003	0.002	0.003	0.000	-0.008	-0.007	0.003	0.002	0.007
	x14	-0.013	-0.043	0.117	-0.062	0.003	-0.073	0.091	0.033	0.046	-0.098	-0.001	-0.004	0.000	0.567	-0.058	0.037	-0.016	-0.013	-0.130
	x15	-0.043	0.020	0.015	-0.103	-0.020	0.007	-0.071	0.000	0.130	0.091	0.003	-0.099	-0.008	-0.058	0.670	-0.019	0.012	0.029	-0.105
	x16	0.071	0.005	-0.093	0.038	0.057	-0.021	0.019	-0.012	-0.013	-0.100	0.007	-0.107	-0.007	0.037	-0.019	0.466	-0.121	-0.040	-0.186
	x17	-0.059	0.039	-0.031	0.073	0.041	0.032	-0.022	-0.060	0.047	0.089	-0.004	-0.020	0.003	-0.016	0.012	-0.121	0.496	-0.088	-0.034
	x18	-0.035	0.041	0.090	-0.096	-0.087	-0.027	0.050	-0.054	0.119	-0.105	-0.002	-0.103	0.002	-0.013	0.029	-0.040	-0.088	0.508	-0.103
	x19	-0.035	-0.005	-0.050	0.051	-0.085	0.097	-0.049	0.000	-0.042	0.090	-0.007	0.068	0.007	-0.130	-0.105	-0.186	-0.034	-0.103	0.394
Anti-image	x1	0.728	-0.389	-0.031	-0.072	-0.005	-0.062	-0.095	0.189	-0.143	-0.200	0.146	-0.130	-0.132	-0.023	-0.069	0.136	-0.109	-0.064	-0.074
	x2	-0.389	0.582	-0.324	-0.077	-0.076	0.233	-0.205	-0.619	0.109	0.215	-0.268	-0.075	0.274	-0.099	0.041	0.013	0.095	0.099	-0.014
	x3	-0.031	-0.324	0.640	-0.297	-0.061	-0.273	0.188	0.243	-0.072	-0.133	0.058	0.061	-0.067	0.210	0.025	-0.184	-0.059	0.170	-0.107
	x4	-0.072	-0.077	-0.297	0.749	0.096	-0.016	-0.054	-0.023	-0.185	-0.034	0.166	0.098	-0.185	-0.108	-0.165	0.073	0.136	-0.178	0.106
	x5	-0.005	-0.076	-0.061	0.096	0.763	-0.355	-0.208	0.070	-0.150	-0.032	0.145	0.020	-0.155	0.005	-0.033	0.113	0.079	-0.165	-0.183
	x6	-0.062	0.233	-0.273	-0.016	-0.355	0.547	-0.071	-0.180	0.071	0.021	-0.294	-0.040	0.302	-0.136	0.012	-0.044	0.063	-0.053	0.216
	x7	-0.095	-0.205	0.188	-0.054	-0.208	-0.371	0.670	0.189	-0.042	-0.208	0.030	0.205	-0.043	0.166	-0.119	0.038	-0.043	0.096	-0.107
	x8	0.189	-0.619	0.243	-0.023	0.070	-0.180	0.189	0.564	-0.477	-0.313	0.184	0.022	-0.179	0.077	-0.001	-0.030	-0.150	-0.134	-0.001
	x9	-0.143	0.109	-0.072	-0.185	-0.150	0.071	0.042	-0.477	0.730	0.000	0.017	0.018	-0.024	0.091	0.238	-0.028	0.100	0.251	-0.100
	x10	-0.200	0.215	-0.133	-0.034	-0.032	0.021	-0.208	-0.313	0.000	0.648	-0.086	0.056	0.085	-0.165	0.141	-0.187	0.161	-0.188	0.182
	x11	0.146	-0.268	0.058	0.166	0.145	0.294	0.030	0.184	0.017	-0.086	0.638	-0.075	-0.997	-0.032	0.199	0.206	-0.098	-0.056	-0.223
	x12	-0.130	-0.075	0.061	0.098	0.020	0.040	0.205	0.022	0.018	0.056	-0.075	0.871	0.041	0.008	-0.168	-0.219	-0.039	-0.203	0.150
	x13	-0.132	0.274	-0.067	-0.185	-0.155	0.302	-0.043	-0.179	-0.024	0.085	-0.997	0.041	0.637	0.007	-0.195	-0.198	0.073	0.056	0.216
	x14	-0.023	-0.099	0.210	-0.108	0.005	-0.136	0.166	0.077	0.091	-0.165	-0.032	0.008	0.007	0.851	-0.094	0.073	-0.029	-0.025	-0.276
	x15	-0.069	0.041	0.025	-0.165	-0.033	0.012	-0.119	-0.001	0.238	0.141	0.199	-0.168	-0.195	-0.094	0.722	-0.034	0.020	0.050	-0.205
	x16	0.136	0.013	-0.184	0.073	0.113	-0.044	0.038	-0.030	-0.028	-0.187	0.206	-0.219	-0.198	0.073	-0.034	0.731	-0.252	-0.083	-0.434
	x17	-0.109	0.095	-0.059	0.136	0.079	0.063	-0.043	-0.150	0.100	0.161	-0.098	-0.039	0.073	-0.029	0.020	-0.252	0.881	-0.175	-0.077
	x18	-0.064	0.099	0.170	-0.178	-0.165	-0.053	0.096	-0.134	0.251	-0.188	-0.056	-0.203	0.056	-0.025	0.050	-0.083	-0.175	0.800	-0.230
	x19	-0.074	-0.014	-0.107	0.106	-0.183	0.216	-0.107	-0.001	-0.100	0.182	-0.223	0.150	0.216	-0.276	-0.205	-0.434	-0.077	-0.230	0.733

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
x1	1	0.519
x2	1	0.697
x3	1	0.492
x4	1	0.607
x5	1	0.638
x6	1	0.674
x7	1	0.654
x8	1	0.759
x9	1	0.661
x10	1	0.563
x11	1	0.937
x12	1	0.535
x13	1	0.938
x14	1	0.459
x15	1	0.647
x16	1	0.640
x17	1	0.601
x18	1	0.629
x19	1	0.680

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Componen	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.592	24.170	24.170	4.592	24.170	24.170	3.072	16.171	16.171
2	3.723	19.592	43.762	3.723	19.592	43.762	2.786	14.666	30.836
3	1.672	8.800	52.562	1.672	8.800	52.562	2.609	13.730	44.567
4	1.226	6.453	59.015	1.226	6.453	59.015	2.224	11.704	56.271
5	1.117	5.880	64.895	1.117	5.880	64.895	1.639	8.625	64.895
6	0.917	4.824	69.720						
7	0.821	4.320	74.040						
8	0.743	3.908	77.948						
9	0.649	3.416	81.364						
10	0.612	3.221	84.585						
11	0.545	2.868	87.453						
12	0.524	2.758	90.211						
13	0.445	2.343	92.554						
14	0.407	2.140	94.694						
15	0.321	1.690	96.384						
16	0.285	1.498	97.882						
17	0.237	1.248	99.130						
18	0.164	0.863	99.993						
19	0.001	0.007	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.