E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 7447-7475
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

Determinan Kepatuhan Wajib Pajak Daerah: Peran Mediasi Kepuasan Dalam Kualitas Pelayanan, Digitalisasi Layanan Dan Kesadaran Perpajakan

Oleh:
[1)]Kuswara Sumaamijaya; [2)]Suarni Norawati; [3)]Arman
Program Studi Magister Manajemen, STIE Bangkinang
Email: suarninorawati@pascabangkinang.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Kualitas Pelayanan, Digitalisasi Layanan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kepuasan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, serta menganalisis peran Kepuasan Wajib Pajak dalam memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan, Digitalisasi Layanan, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak yang terdaftar pada Badan Pendapatan Daerah Kota Dumai. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wajib pajak. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS yang meliputi pengujian validitas, reliabilitas, evaluasi model struktural, dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Digitalisasi Layanan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kepuasan Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Selain itu, Kepuasan Wajib Pajak mampu memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, namun tidak mampu memediasi pengaruh Digitalisasi Layanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hasil evaluasi model menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian mampu menjelaskan Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 96,0% dan Kepuasan Wajib Pajak sebesar 89,0%.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa peningkatan kepatuhan wajib pajak di Kota Dumai dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas pelayanan, penguatan digitalisasi layanan, peningkatan kesadaran wajib pajak, serta penciptaan kepuasan wajib pajak yang berkelanjutan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Bapenda Kota Dumai dalam merumuskan kebijakan pelayanan perpajakan yang lebih efektif untuk meningkatkan

penerimaan pajak daerah.
Kata Kunci: Pelayanan, Digitalisasi Layanan, Kesadaran, Kepuasan, Kepatuhan Wajib Pajak

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the direct influence of Service Quality, Service Digitalization, Taxpayer Awareness, and Taxpayer Satisfaction on Taxpayer Compliance, as well as to analyze the role of Taxpayer Satisfaction in mediating the relationship between Service Quality, Service Digitalization, and Taxpayer Awareness toward Taxpayer Compliance. The population of this study consists of taxpayers registered with the Regional Revenue Agency of Dumai City. The sample comprises 100 respondents, selected using a purposive sampling technique. The data used are primary data, collected through the distribution of questionnaires to taxpayers. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) method with the aid of the SmartPLS software, encompassing validity testing, reliability testing, structural model evaluation, and hypothesis testing.

The research results indicate that Service Quality, Service Digitalization, Taxpayer Awareness, and Taxpayer Satisfaction have a positive and significant effect on Taxpayer Compliance. Furthermore, Taxpayer Satisfaction acts as a mediator for the influence of Service Quality and Taxpayer Awareness on Taxpayer Compliance, but it does not mediate the influence of Service Digitalization on Taxpayer Compliance. The model evaluation results show that the variables included in the study account for 96.0% of the variance in Taxpayer Compliance and 89.0% of the variance in Taxpayer Satisfaction.

Based on the research findings, it can be concluded that increasing taxpayer compliance in the City of Dumai can be achieved by improving service quality, strengthening the digitalization of services, raising taxpayer awareness, and fostering sustained taxpayer satisfaction. These findings are intended to serve as a reference for the Dumai City Regional Revenue Agency (Bapenda) in formulating more effective tax service policies to increase local tax revenue.
Keywords: Service, Service Digitalization, Awareness, Satisfaction, Taxpayer Compliance

PENDAHULUAN

Pajak daerah merupakan salah satu instrumen fiskal yang memiliki peranan strategis dalam mendukung kemandirian keuangan daerah, memperkuat kapasitas fiskal pemerintah, serta menjamin keberlanjutan pembiayaan pembangunan dan pelayanan publik. Dalam konteks desentralisasi fiskal, optimalisasi penerimaan pajak daerah tidak hanya ditentukan

oleh kemampuan pemerintah dalam menetapkan kebijakan perpajakan, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Kepatuhan wajib pajak menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas administrasi perpajakan sekaligus mencerminkan hubungan antara pemerintah daerah dan masyarakat. Oleh karena itu, peningkatan kepatuhan wajib pajak memerlukan pendekatan yang komprehensif melalui penguatan kualitas pelayanan, pemanfaatan teknologi digital, peningkatan kesadaran perpajakan, serta penciptaan kepuasan wajib pajak sebagai pengguna layanan publik.

Penguatan tata kelola perpajakan daerah di Indonesia memperoleh landasan regulatif melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah (HKPD), yang menekankan pentingnya optimalisasi sumber-sumber pendapatan daerah untuk mendukung kemandirian fiskal. Selain itu, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mengamanatkan penyelenggaraan pelayanan yang berkualitas, transparan, akuntabel, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi, Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) turut memperkuat arah transformasi digital dalam administrasi pemerintahan, termasuk pelayanan perpajakan daerah. Kerangka regulasi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan pajak daerah memerlukan integrasi antara efektivitas administrasi, inovasi pelayanan, dan peningkatan partisipasi masyarakat.

Dalam perspektif manajemen pelayanan publik, kualitas pelayanan merupakan determinan penting yang dapat memengaruhi persepsi, kepuasan, dan perilaku masyarakat terhadap institusi pemerintah. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) mengembangkan konsep Service Quality (SERVQUAL) melalui lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kelima dimensi tersebut menjelaskan bahwa pelayanan berkualitas tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan fasilitas fisik, tetapi juga mencakup keandalan prosedur, kecepatan pelayanan, kompetensi petugas, dan perhatian terhadap kebutuhan pengguna layanan. Dalam administrasi perpajakan, kualitas pelayanan yang baik berpotensi mengurangi hambatan administratif, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta mendorong kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya secara

sukarela.

Selain kualitas pelayanan, digitalisasi layanan menjadi faktor penting dalam modernisasi administrasi perpajakan. Vial (2019) menjelaskan bahwa transformasi digital merupakan proses perubahan organisasi melalui pemanfaatan teknologi digital yang berdampak terhadap proses operasional, penciptaan nilai, dan interaksi dengan pengguna layanan. Implementasi digitalisasi perpajakan memungkinkan pemerintah menyediakan pelayanan yang lebih cepat, efisien, transparan, dan mudah diakses. Sistem pembayaran elektronik, layanan informasi daring, serta integrasi administrasi perpajakan berbasis teknologi diharapkan mampu mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan kemudahan pemenuhan kewajiban perpajakan. Namun demikian, keberhasilan digitalisasi tidak semata-mata ditentukan oleh ketersediaan teknologi, melainkan juga oleh kemudahan penggunaan, keandalan sistem, keamanan transaksi, dan kemampuan wajib pajak dalam memanfaatkan layanan digital.

Dari perspektif perilaku, kesadaran wajib pajak merupakan faktor internal yang berperan dalam membentuk kepatuhan perpajakan. Ajzen (1991) melalui Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat berperilaku yang terbentuk melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku. Dalam konteks perpajakan, kesadaran wajib pajak mencerminkan pemahaman mengenai kewajiban perpajakan, manfaat pajak bagi pembangunan, serta tanggung jawab masyarakat dalam mendukung penyelenggaraan pemerintahan. Wajib pajak yang memiliki kesadaran tinggi cenderung memahami bahwa pembayaran pajak bukan sekadar kewajiban administratif, melainkan bentuk kontribusi terhadap pembangunan daerah. Dengan demikian, kesadaran perpajakan berpotensi memperkuat kepatuhan sukarela, meskipun efektivitasnya dapat dipengaruhi oleh pengalaman wajib pajak dalam memperoleh pelayanan.

Kepuasan wajib pajak juga memiliki kedudukan penting dalam menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, kesadaran perpajakan, dan kepatuhan wajib pajak. Kotler dan Keller (2022), sebagaimana dirujuk dalam tesis, menjelaskan kepuasan sebagai respons yang terbentuk melalui perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Sementara itu, Oliver (2014) menekankan bahwa

kepuasan merupakan hasil evaluasi pengalaman konsumsi atau penggunaan layanan. Dalam administrasi perpajakan, kepuasan dapat terbentuk ketika wajib pajak memperoleh pelayanan yang sesuai dengan harapan, prosedur yang mudah dipahami, serta sistem administrasi yang memberikan kenyamanan dan kepastian. Kepuasan tersebut berpotensi memperkuat persepsi positif terhadap institusi pemerintah dan mendorong perilaku kepatuhan. Oleh karena itu, kepuasan wajib pajak relevan untuk diuji sebagai variabel mediasi yang menjelaskan mekanisme hubungan antara faktor pelayanan, teknologi, dan kesadaran dengan kepatuhan perpajakan.

Permasalahan kepatuhan wajib pajak masih menjadi tantangan dalam pengelolaan pajak daerah, termasuk pada Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Dumai. Sebagai organisasi perangkat daerah yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan pendapatan daerah, Bapenda Kota Dumai telah melakukan berbagai upaya peningkatan pelayanan melalui penyederhanaan prosedur administrasi, pengembangan layanan pembayaran elektronik, pemanfaatan teknologi informasi, dan peningkatan kualitas aparatur. Meskipun berbagai inovasi tersebut telah dilaksanakan, peningkatan jumlah wajib pajak dan penggunaan layanan digital belum sepenuhnya diikuti oleh pencapaian tingkat kepatuhan yang optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa modernisasi administrasi perpajakan masih menghadapi tantangan dalam mengubah kemudahan pelayanan menjadi perilaku kepatuhan yang berkelanjutan.

Berdasarkan data Bapenda Kota Dumai yang disajikan dalam tesis, jumlah wajib pajak terdaftar mengalami peningkatan dari 95.820 wajib pajak pada tahun 2021 menjadi 108.763 wajib pajak pada tahun 2025. Pada periode yang sama, tingkat kepatuhan wajib pajak meningkat dari 74,50% menjadi 79,40%. Meskipun menunjukkan perkembangan positif, tingkat kepatuhan pada tahun 2025 masih menyisakan sekitar 20,60% wajib pajak yang belum termasuk kategori patuh. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan basis wajib pajak belum sepenuhnya diikuti oleh optimalisasi kepatuhan perpajakan. Perkembangan tersebut disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1
Perkembangan Wajib Pajak dan Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Kota Dumai
Tahun 2021-2025

Tahun	Wajib Pajak Terdaftar	Wajib Pajak Patuh	Kepatuhan (%)
2021	95.820	71.386	74,50
2022	98.131	74.383	75,80
2023	101.425	77.994	76,90
2024	105.218	82.911	78,80
2025	108.763	86.359	79,40

Sumber: Bapenda Kota Dumai, 2026

Data pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa selama periode 2021–2025 terjadi peningkatan jumlah wajib pajak terdaftar sebesar 13,51%, sedangkan tingkat kepatuhan meningkat sebesar 4,90 poin persentase. Perkembangan tersebut mengindikasikan adanya perbaikan administrasi perpajakan, tetapi belum sepenuhnya mencerminkan tercapainya kepatuhan yang optimal. Kondisi ini memperlihatkan pentingnya mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memperkuat perilaku kepatuhan, terutama yang berkaitan dengan pengalaman pelayanan, kemudahan teknologi, dan kesadaran wajib pajak.

Fenomena yang menarik terlihat dari perkembangan penggunaan layanan pembayaran pajak berbasis digital. Berdasarkan data Bapenda Kota Dumai dalam tesis, persentase pembayaran digital meningkat dari 42% pada tahun 2021 menjadi 82% pada tahun 2025. Sebaliknya, transaksi manual mengalami penurunan dari 58% menjadi 18%. Perkembangan tersebut menunjukkan semakin luasnya penggunaan teknologi digital dalam pelayanan perpajakan daerah. Namun, peningkatan penggunaan layanan digital sebesar 40 poin persentase selama periode tersebut tidak diikuti oleh peningkatan tingkat kepatuhan dengan besaran yang sebanding. Perbedaan perkembangan kedua indikator tersebut menjadi fenomena empiris yang penting untuk dikaji, meskipun tidak dapat secara langsung ditafsirkan sebagai bukti adanya atau tidak adanya hubungan kausal antara digitalisasi dan kepatuhan.

Perbedaan perkembangan digitalisasi dan kepatuhan tersebut mengindikasikan bahwa perluasan penggunaan teknologi belum tentu secara otomatis menghasilkan perubahan perilaku perpajakan. Digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan kemudahan akses, tetapi kepatuhan juga dipengaruhi oleh aspek psikologis, persepsi terhadap institusi, serta pemahaman wajib pajak mengenai kewajibannya. Oleh karena itu,

diperlukan pendekatan penelitian yang tidak hanya menguji pengaruh langsung digitalisasi terhadap kepatuhan, tetapi juga mempertimbangkan kemungkinan adanya mekanisme tidak langsung melalui kepuasan wajib pajak.

Permasalahan pelayanan perpajakan di Kota Dumai juga tercermin dari hasil survei pendahuluan terhadap 30 wajib pajak yang disajikan dalam tesis. Hasil survei menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata 3,60, sedangkan kepuasan wajib pajak memperoleh nilai rata-rata 3,47 pada skala lima poin. Pada variabel kualitas pelayanan, penilaian terhadap sarana dan prasarana pelayanan masih relatif rendah, yaitu 2,97, sedangkan kecepatan dan daya tanggap petugas memperoleh nilai 3,43. Pada variabel kepuasan, aspek fasilitas pelayanan memperoleh nilai 3,27 dan kemudahan sistem pelayanan memperoleh nilai 3,40. Temuan awal tersebut menunjukkan bahwa meskipun pelayanan secara umum telah dinilai cukup baik, masih terdapat kesenjangan antara harapan wajib pajak dengan pengalaman pelayanan yang diterima. Kesenjangan tersebut berpotensi memengaruhi kepuasan dan perilaku kepatuhan wajib pajak.

Secara empiris, hubungan antara kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan perpajakan masih menunjukkan hasil penelitian yang beragam. Nitasari et al. (2023), sebagaimana dikutip dalam tesis, melaporkan bahwa kualitas pelayanan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui peningkatan kepuasan pengguna layanan. Dwianti dan Damayanti (2026) juga dilaporkan menemukan bahwa digitalisasi pelayanan perpajakan dapat meningkatkan kemudahan akses dan efisiensi administrasi, sehingga berkontribusi terhadap kepuasan dan kepatuhan wajib pajak. Temuan tersebut memberikan indikasi bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi berpotensi membentuk perilaku kepatuhan melalui pengalaman pelayanan yang positif.

Namun demikian, hasil penelitian lainnya menunjukkan kecenderungan yang berbeda. Prasetyo (2022), sebagaimana dirujuk dalam tesis, menemukan bahwa digitalisasi layanan belum memberikan pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak ketika penerapannya tidak didukung oleh literasi digital yang memadai. Sementara itu, Hidayati (2023) melaporkan bahwa kesadaran wajib pajak belum tentu meningkatkan kepatuhan apabila kualitas pelayanan yang diterima masih rendah. Perbedaan temuan tersebut

menunjukkan adanya ketidakkonsistenan empiris mengenai efektivitas faktor pelayanan, teknologi, dan kesadaran dalam membentuk perilaku kepatuhan perpajakan. Oleh karena itu, diperlukan pengujian lebih lanjut untuk menjelaskan mekanisme yang menghubungkan ketiga faktor tersebut dengan kepatuhan wajib pajak.

Kesenjangan penelitian (research gap) dalam kajian ini terletak pada belum tuntasnya penjelasan mengenai peran kepuasan wajib pajak sebagai mekanisme mediasi dalam hubungan antara kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan perpajakan daerah. Ketiga faktor tersebut memiliki karakteristik yang berbeda. Kualitas pelayanan berkaitan dengan pengalaman interaksi antara wajib pajak dan penyelenggara layanan; digitalisasi berkaitan dengan efisiensi dan kemudahan teknologi; sedangkan kesadaran perpajakan berkaitan dengan aspek kognitif, sikap, dan tanggung jawab individu. Perbedaan karakteristik tersebut memungkinkan terbentuknya mekanisme pengaruh yang tidak seragam terhadap kepatuhan. Dengan demikian, kepuasan wajib pajak perlu diuji secara empiris untuk mengetahui apakah berfungsi sebagai mediator bagi seluruh determinan kepatuhan atau hanya pada hubungan tertentu.

Kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam kajian ini terletak pada belum tuntasnya penjelasan mengenai peran kepuasan wajib pajak sebagai mekanisme mediasi dalam hubungan antara kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan perpajakan daerah. Ketiga faktor tersebut memiliki karakteristik yang berbeda. Kualitas pelayanan berkaitan dengan pengalaman interaksi antara wajib pajak dan penyelenggara layanan; digitalisasi berkaitan dengan efisiensi dan kemudahan teknologi; sedangkan kesadaran perpajakan berkaitan dengan aspek kognitif, sikap, dan tanggung jawab individu. Perbedaan karakteristik tersebut memungkinkan terbentuknya mekanisme pengaruh yang tidak seragam terhadap kepatuhan. Dengan demikian, kepuasan wajib pajak perlu diuji secara empiris untuk mengetahui apakah berfungsi sebagai mediator bagi seluruh determinan kepatuhan atau hanya pada hubungan tertentu.

Berdasarkan fenomena empiris, landasan teoritis, dan kesenjangan penelitian yang telah diuraikan, permasalahan utama penelitian ini adalah bagaimana kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, dan kesadaran wajib pajak memengaruhi kepatuhan wajib pajak, baik secara langsung maupun melalui kepuasan wajib pajak sebagai variabel mediasi. Secara

khusus, penelitian ini menguji tujuh hubungan struktural, yaitu pengaruh langsung kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, kesadaran wajib pajak, dan kepuasan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, serta pengaruh tidak langsung ketiga variabel independen terhadap kepatuhan melalui kepuasan wajib pajak. Pengujian tersebut diarahkan untuk menjawab apakah kepuasan wajib pajak merupakan mekanisme mediasi yang konsisten atau memiliki peran berbeda pada setiap determinan kepatuhan perpajakan di Bapenda Kota Dumai.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan kepatuhan wajib pajak daerah melalui pengujian model integratif yang melibatkan kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, kesadaran wajib pajak, dan kepuasan wajib pajak pada Badan Pendapatan Daerah Kota Dumai. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, kesadaran wajib pajak, dan kepuasan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, serta menganalisis peran mediasi kepuasan wajib pajak dalam hubungan antara ketiga variabel independen dengan kepatuhan wajib pajak. Selain itu, penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi perbedaan mekanisme pengaruh langsung dan tidak langsung dalam pembentukan kepatuhan perpajakan, sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku kepatuhan sekaligus menghasilkan rekomendasi kebijakan peningkatan efektivitas pelayanan perpajakan daerah.

LITERATURE REVIEW

1. Landasan Teoretis

Kepatuhan wajib pajak merupakan perilaku individu dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dalam perspektif manajemen publik, peningkatan kepatuhan tidak hanya bergantung pada pengawasan dan penegakan regulasi, tetapi juga pada kualitas pelayanan, kemudahan administrasi, dan kesadaran masyarakat. Paradigma *New Public Management* (Hood, 1991) menekankan efisiensi dan kualitas pelayanan, sedangkan *New Public Service* (Denhardt & Denhardt, 2000) menempatkan masyarakat sebagai warga negara yang berhak memperoleh pelayanan responsif dan akuntabel.

Secara perilaku, *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa tindakan individu dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi

pengendalian perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks perpajakan, kesadaran wajib pajak berkaitan dengan sikap positif terhadap kewajiban perpajakan, sedangkan kualitas pelayanan dan digitalisasi layanan dapat memperkuat persepsi kemudahan dalam memenuhi kewajiban tersebut. Bobek dan Hatfield (2003) menunjukkan relevansi TPB dalam menjelaskan perilaku kepatuhan perpajakan.

Selanjutnya, *Expectation Confirmation Theory* (ECT) menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk melalui kesesuaian antara harapan dan kinerja pelayanan yang dirasakan (Oliver, 1980). Bhattacherjee (2001) memperkuat konsep tersebut dalam konteks penggunaan sistem informasi. Integrasi TPB dan ECT memberikan dasar teoretis bahwa kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh faktor pelayanan, teknologi, dan kesadaran, baik secara langsung maupun melalui kepuasan wajib pajak.

2. Kualitas Pelayanan, Digitalisasi Layanan, dan Kesadaran Wajib Pajak

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna layanan. Parasuraman et al. (1988) mengembangkan model SERVQUAL yang mencakup lima dimensi, yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empathy*. Dalam administrasi perpajakan, pelayanan yang andal, cepat, akurat, dan responsif dapat mengurangi hambatan administratif serta meningkatkan persepsi positif wajib pajak terhadap pemerintah. Kondisi tersebut berpotensi memperkuat kepatuhan melalui kemudahan pelayanan dan pengalaman yang memuaskan.

Digitalisasi layanan merupakan transformasi proses pelayanan melalui pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan kualitas layanan. Mergel et al. (2019) dan Verhoef et al. (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital mencakup perubahan proses organisasi dan peningkatan nilai bagi pengguna. Dalam pelayanan perpajakan, digitalisasi dapat mempercepat pembayaran, mempermudah akses informasi, serta mengurangi biaya transaksi. Namun, efektivitasnya bergantung pada kemudahan penggunaan, keandalan sistem, dan keamanan informasi.

Kesadaran wajib pajak mencerminkan pemahaman mengenai fungsi pajak, tanggung jawab perpajakan, dan kemauan memenuhi kewajiban secara sukarela. Berdasarkan TPB (Ajzen, 1991), kesadaran dapat membentuk sikap positif yang memperkuat niat untuk patuh.

Saad (2014) menegaskan pentingnya pengetahuan perpajakan dalam menjelaskan perilaku kepatuhan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan digitalisasi merepresentasikan faktor eksternal, sedangkan kesadaran wajib pajak merupakan faktor internal yang diduga memengaruhi kepatuhan perpajakan.

3. Kepuasan Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening

Kepuasan wajib pajak merupakan evaluasi terhadap pengalaman pelayanan berdasarkan kesesuaian antara harapan dan kinerja yang diterima. Menurut Oliver (1980), kepuasan terbentuk ketika pengalaman pelayanan memenuhi atau melampaui harapan pengguna. Dalam pelayanan perpajakan, kualitas pelayanan yang baik dan digitalisasi yang efektif berpotensi meningkatkan kepuasan melalui kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan administrasi. Kesadaran wajib pajak juga diduga berkaitan dengan kepuasan melalui pemahaman yang lebih baik terhadap tujuan dan manfaat pelayanan perpajakan. Kepuasan dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel intervening yang menghubungkan kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, dan kesadaran wajib pajak dengan kepatuhan. Namun, mekanisme mediasi tersebut tidak selalu berlaku seragam karena digitalisasi juga dapat meningkatkan kepatuhan secara langsung melalui pengurangan hambatan administratif. Oleh karena itu, pengujian mediasi diperlukan untuk mengetahui perbedaan mekanisme pembentukan kepatuhan wajib pajak.

4. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan model SERVQUAL, kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan persepsi positif dan mempermudah pemenuhan kewajiban perpajakan (Parasuraman et al., 1988). Digitalisasi layanan juga berpotensi meningkatkan kepatuhan melalui efisiensi dan kemudahan transaksi (Mergel et al., 2019; Verhoef et al., 2021). Sementara itu, kesadaran wajib pajak memperkuat niat untuk mematuhi ketentuan perpajakan melalui sikap positif terhadap kewajiban membayar pajak (Ajzen, 1991). Kepuasan yang terbentuk dari pengalaman pelayanan juga diduga berkaitan dengan meningkatnya kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya (Oliver, 1980).

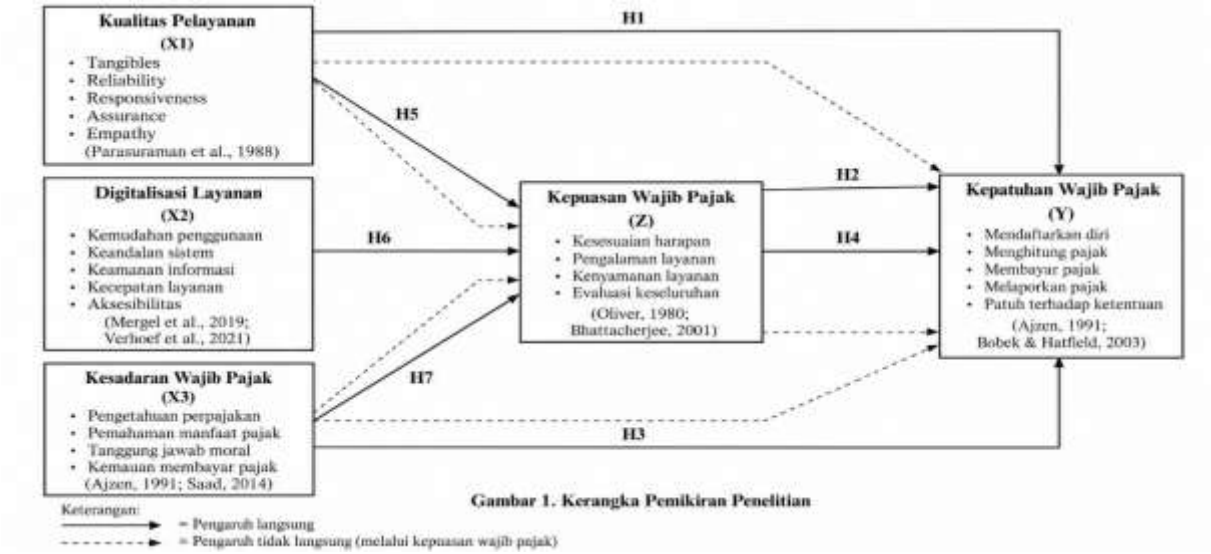
Lebih lanjut, ECT menjelaskan bahwa kualitas pengalaman pelayanan dapat

membentuk kepuasan yang selanjutnya memengaruhi perilaku individu. Dengan demikian, kepuasan wajib pajak diduga memediasi hubungan antara kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, dan kesadaran wajib pajak dengan kepatuhan perpajakan. Berdasarkan argumentasi tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1) H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
2) H2: Digitalisasi layanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
3) H3: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
4) H4: Kepuasan wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.
5) H5: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kepuasan wajib pajak.
6) H6: Digitalisasi layanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kepuasan wajib pajak.
7) H7: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kepuasan wajib pajak.

Penelitian ini mengintegrasikan kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, dan kesadaran wajib pajak dalam satu model kepatuhan perpajakan dengan kepuasan wajib pajak sebagai variabel intervening. Kebaruan yang diuji terletak pada kemungkinan adanya perbedaan mekanisme pembentukan kepatuhan, yaitu *satisfaction-mediated compliance*, ketika pengaruh determinan kepatuhan berlangsung melalui kepuasan, dan *technology-enabled direct compliance*, ketika digitalisasi memengaruhi kepatuhan secara langsung tanpa harus melalui kepuasan. Model tersebut diharapkan memperluas pemahaman mengenai peran kepuasan dalam administrasi perpajakan daerah, khususnya pada Bapenda Kota Dumai. Berikut kerangka pemikiran penelitian ini.

E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 7447-7475
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori (*explanatory research*) melalui metode survei *cross-sectional*. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, baik secara langsung maupun melalui kepuasan wajib pajak sebagai variabel intervening. Penelitian dilaksanakan pada Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Dumai, Provinsi Riau, dengan unit analisis wajib pajak daerah yang memperoleh pelayanan perpajakan dari instansi tersebut.

Populasi penelitian berdasarkan Bab III tesis berjumlah 86.359 wajib pajak patuh yang tercatat pada Bapenda Kota Dumai tahun 2025. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 99,88 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria wajib pajak yang terdaftar pada Bapenda Kota Dumai, telah melaksanakan pembayaran pajak daerah, pernah menggunakan pelayanan langsung maupun digital, serta bersedia menjadi responden

Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder berupa laporan, dokumentasi, serta informasi administrasi perpajakan Bapenda Kota Dumai. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner tertutup dengan skala

Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5). Variabel penelitian meliputi kualitas pelayanan (X1), digitalisasi layanan (X_2), kesadaran wajib pajak (X_3), kepuasan wajib pajak (Z), dan kepatuhan wajib pajak (Y). Masing-masing variabel diukur menggunakan lima indikator sebagaimana disajikan dalam Tabel 2

Tabel 2

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator Pengukuran	Sumber
Kualitas Pelayanan (X_1)	Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati	Parasuraman et al. (1988)
Digitalisasi Layanan (X_2)	Kemudahan akses, kecepatan pelayanan, efisiensi pelayanan, keamanan sistem, ketersediaan informasi	DeLone & McLean (2003)
Kesadaran Wajib Pajak (X3)	Pemahaman fungsi pajak, kesukarelaan, ketepatan waktu pembayaran, menghindari penghindaran pajak, sikap terhadap kebijakan perpajakan	Rahayu (2017)
Kepuasan Wajib Pajak (Z)	Kesesuaian harapan, kepuasan pelayanan, pengalaman pelayanan, keinginan menggunakan kembali, kesediaan merekomendasikan	Oliver (2014)
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Kepatuhan pendaftaran, pembayaran, pelaporan, peraturan, dan administrasi perpajakan	Rahayu (2017)

Analisis data menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Pemilihan metode ini didasarkan pada kemampuan PLS-SEM dalam mengestimasi hubungan antarvariabel laten serta menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dalam model penelitian (Hair et al., 2022). Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif, evaluasi model pengukuran (*outer model*), evaluasi model struktural (inner model), dan pengujian hipotesis menggunakan prosedur *bootstrapping*.

Evaluasi outer model dilakukan melalui pengujian validitas konvergen menggunakan nilai outer loading ≥ 0,70 dan *Average Variance Extracted* (AVE) ≥ 0,50. Validitas diskriminan dievaluasi menggunakan Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT) dengan nilai

kurang dari 0,90, sedangkan reliabilitas konstruk dinilai *berdasarkan Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dengan nilai minimal 0,70. Selanjutnya, evaluasi inner model dilakukan melalui koefisien determinasi (R^2), ukuran pengaruh (f^2), relevansi prediktif (Q^2), dan *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) untuk menilai kemampuan penjelasan, kontribusi prediktor, relevansi prediksi, dan kesesuaian model. Model struktural penelitian dirumuskan melalui dua persamaan berikut:

Persamaan struktural I (kepuasan wajib pajak):

$$Z = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon_1$$

Persamaan struktural II (kepatuhan wajib pajak):

$$Y = \beta_4 X_1 + \beta_5 X_2 + \beta_6 X_3 + \beta_7 Z + \varepsilon_2$$

Keterangan:

X_1 adalah kualitas pelayanan X_2 digitalisasi layanan, X_3 kesadaran wajib pajak, Z kepuasan wajib pajak, Y kepatuhan wajib pajak, β (beta) koefisien jalur, dan ε (varepsilon) komponen kesalahan struktural.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan tingkat signifikansi 5% (α=0,05). Hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai p-value kurang dari 0,05 atau nilai absolut t-statistic lebih besar dari 1,96 untuk pengujian dua arah. Pengaruh mediasi kepuasan wajib pajak dianalisis melalui *specific indirect effects*, yaitu pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan melalui kepuasan wajib pajak. Signifikansi pengaruh tidak langsung ditentukan berdasarkan hasil bootstrapping, sedangkan jenis mediasi diinterpretasikan dengan mempertimbangkan arah dan signifikansi pengaruh langsung serta tidak langsung.

HASIL PENELITIAN

Penelitian melibatkan 100 wajib pajak daerah yang memperoleh pelayanan perpajakan pada Bapenda Kota Dumai. Berdasarkan karakteristik demografis, responden didominasi laki-laki sebanyak 58%, sedangkan perempuan sebesar 42%. Mayoritas responden berusia 25–45 tahun (67%), memiliki pendidikan sarjana (43%), dan telah menjadi wajib pajak selama lebih dari lima tahun (73%). Berdasarkan jenis pajak, responden

terbanyak merupakan wajib pajak PBB-P2 (40%), diikuti PBJT (20%), pajak air tanah (18%), pajak reklame (17%), dan kategori lainnya yang tercatat dalam tesis (5%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman relatif panjang dalam berinteraksi dengan administrasi perpajakan daerah. Pengalaman ini memberikan konteks penting dalam memahami penilaian responden terhadap kualitas pelayanan, pemanfaatan layanan digital, kepuasan, dan perilaku kepatuhan. Namun, mengingat teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, komposisi responden tidak secara otomatis mencerminkan keseluruhan populasi wajib pajak Kota Dumai.

a. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan persepsi responden terhadap lima konstruk penelitian berdasarkan nilai rata-rata jawaban pada skala Likert lima poin. Hasil analisis disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Rata-Rata Tanggapan Responden	Kategori
Kualitas Pelayanan (X_1)	3,63	Baik
Digitalisasi Layanan (X_2)	3,47	Baik
Kesadaran Wajib Pajak (X_3)	3,48	Baik
Kepuasan Wajib Pajak (Z)	3,56	Baik
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	3,57	Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 3, kualitas pelayanan memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 3,63, yang menunjukkan bahwa responden secara umum memberikan penilaian positif terhadap pelayanan Bapenda Kota Dumai. Indikator ketepatan dan akurasi pelayanan serta perhatian petugas memperoleh skor tertinggi, masing-masing 3,91. Sebaliknya, kecepatan respons petugas (3,28) dan kesesuaian pelayanan dengan prosedur (3,30) masih menjadi aspek yang perlu diperbaiki. Digitalisasi layanan memperoleh rata-rata terendah sebesar 3,47. Manfaat yang paling dirasakan adalah berkurangnya kebutuhan untuk datang langsung

ke kantor Bapenda (3,67). Namun, kemampuan layanan digital dalam mempercepat pembayaran pajak (3,19) dan mempermudah administrasi perpajakan (3,22) memperoleh penilaian relatif rendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketersediaan layanan digital belum sepenuhnya diikuti oleh kemudahan dan efisiensi proses yang dirasakan pengguna.

Kepuasan wajib pajak memperoleh rata-rata 3,56. Indikator kemampuan pelayanan memenuhi kebutuhan dan kesediaan terus menggunakan layanan digital memperoleh skor 3,68, sedangkan kesesuaian pelayanan dengan harapan hanya sebesar 3,22. Sementara itu, kepatuhan wajib pajak memperoleh rata-rata 3,57, dengan skor tertinggi pada ketepatan waktu pembayaran (3,72) dan terendah pada pembayaran sesuai jumlah yang ditetapkan (3,39). Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa penilaian umum yang baik masih disertai sejumlah kesenjangan pada aspek pelayanan dan pelaksanaan kewajiban perpajakan

b. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk memastikan bahwa indikator mampu mengukur konstruk secara valid dan reliabel. Berdasarkan hasil pengujian data, evaluasi validitas konvergen dilakukan melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), sedangkan validitas diskriminan diuji menggunakan pendekatan HTMT. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70. Ringkasan hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4
Hasil Pengujian Reliabilitas Konstruk

Variabel	*Cronbach's Alpha*	*Composite Reliability*
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,949	0,950
Digitalisasi Layanan (X_2)	0,948	0,940
Kesadaran Wajib Pajak (X_3)	0,947	0,948
Kepuasan Wajib Pajak (Z)	0,947	0.948
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,949	0,950

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2026

Seluruh nilai reliabilitas memenuhi batas minimum yang direkomendasikan Hair et

al. (2022), sehingga konstruk menunjukkan konsistensi internal yang tinggi. Namun, nilai reliabilitas yang sangat tinggi juga perlu dicermati bersama isi indikator untuk memastikan tidak terdapat pengulangan pengukuran yang berlebihan.

c. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi konstruk endogen. Pengujian dilakukan menggunakan koefisien determinasi (R^2), *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Tabel 5
Koefisien Determinasi Model Struktural

Variabel Endogen	R^2	Adjusted R^2
Kepuasan Wajib Pajak (Z)	0,890	0,886
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,960	0,958

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2026

Nilai R^2 kepuasan wajib pajak sebesar 0,890 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, dan kesadaran wajib pajak secara bersama-sama mampu menjelaskan 89,0% variasi kepuasan wajib pajak dalam sampel penelitian. Sementara itu, nilai R^2 kepatuhan wajib pajak sebesar 0,960 menunjukkan bahwa keempat prediktor dalam model mampu menjelaskan 96,0% variasi kepatuhan wajib pajak. Kedua nilai tersebut menunjukkan daya jelas model yang tinggi. Hasil pengujian kesesuaian model memperoleh nilai SRMR sebesar 0,082, sedangkan nilai VIF berada pada rentang 1,452-1,832. Nilai VIF yang rendah menunjukkan tidak terdapat indikasi multikolinearitas serius antarvariabel prediktor. Nilai SRMR sebesar 0,082 berada sedikit di atas batas 0,08, sehingga kesesuaian model perlu dinilai secara hati-hati dan tidak dinyatakan sebagai *perfect fit*.

d. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping menggunakan SmartPLS 4.0 untuk mengetahui signifikansi pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel.

Hasil pengujian tujuh hipotesis penelitian disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6

Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis		Direct Effect	Indirect Effect	t-hitung	Kesimpulan
H1	Kualitas Pelayanan -> Kepatuhan Wajib Pajak	0,356 (0.000)	-	5,222	Signifikan
H2	Digitalisasi Layanan -> Kepatuhan Wajib Pajak	0.481 (0.004)	-	2,855	Signifikan
H3	Kesadaran Wajib Pajak-> Kepatuhan Wajib Pajak	0.3316 (0.001)	-	2,614	Signifikan
H4	Kepuasan Wajib Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	0,835 (0.014)	-	2,453	Signifikan
H5	Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Waji Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	-	0,091 (0,005)	2,785	Signifikan
H6	Digitalisasi Layanan -> Kepuasan Waji Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	-	-0.057 (0,570)	0,568	Tidak Signifikan
H7	Kesadara Waji Pajak -> Kepuasan Waji Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	-	0,237 (0.031)	2,151	Signifikan
R^2		0,886	0,958		

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Hasil pengujian menunjukkan bahwa enam dari tujuh hipotesis didukung oleh data penelitian. Kualitas pelayanan, digitalisasi layanan, kesadaran wajib pajak, dan kepuasan wajib pajak memiliki hubungan langsung positif dan signifikan dengan kepatuhan wajib pajak. Selanjutnya, kepuasan wajib pajak memediasi hubungan kualitas pelayanan dan kesadaran wajib pajak dengan kepatuhan, tetapi tidak memediasi hubungan digitalisasi layanan dengan kepatuhan. Temuan yang paling menonjol adalah pengaruh langsung digitalisasi layanan yang signifikan, tetapi pengaruh tidak langsungnya melalui kepuasan tidak signifikan. Perbedaan tersebut menjadi dasar penting dalam menjelaskan mekanisme

pembentukan kepatuhan wajib pajak di Bapenda Kota Dumai

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pada Bapenda Kota Dumai, dengan koefisien jalur sebesar 0,356, nilai t-statistic 5,222, dan p-value kurang dari 0,001. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan, semakin tinggi kecenderungan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Pelayanan yang akurat, responsif, memberikan kepastian informasi, serta memperhatikan kebutuhan wajib pajak dapat mengurangi hambatan administratif dan memperkuat penilaian positif terhadap institusi perpajakan.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Febriani dan Rahayu (2020) pada wajib pajak daerah di Samarinda, yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil serupa ditemukan oleh Nurawalya dan Sutrisno (2025) pada KPP Pratama Pare, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan fiskus meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Manurung dan Ardillah (2024) juga menemukan hubungan positif antara kualitas pelayanan perpajakan dan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Kesamaan hasil pada konteks penelitian yang berbeda memperkuat argumentasi bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam mendukung kepatuhan perpajakan. Secara teoretis, temuan ini mendukung model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988), yang menekankan dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dalam pembentukan kualitas pelayanan. Dalam konteks Bapenda Kota Dumai, indikator ketepatan dan akurasi pelayanan serta perhatian petugas memperoleh nilai rata-rata tertinggi, masing-masing 3,91. Sebaliknya, kecepatan respons petugas hanya memperoleh nilai 3,28. Dengan demikian, peningkatan kepatuhan perlu didukung melalui penguatan daya tanggap petugas, konsistensi prosedur, dan peningkatan kualitas interaksi pelayanan.

2. Pengaruh Digitalisasi Layanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa digitalisasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan koefisien jalur sebesar 0,481, nilai t-statistic 2,855, dan p-value 0,004. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi dalam pelayanan perpajakan berkaitan dengan meningkatnya kepatuhan melalui kemudahan akses informasi, efisiensi transaksi, dan pengurangan hambatan administratif. Hasil penelitian ini sejalan dengan Mandasari (2024), yang menemukan bahwa penerapan e-filing, e-billing, dan e-SPT berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Makassar. Rahmi et al. (2024) juga membuktikan bahwa penerapan e-filing berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Selanjutnya, Sari et al. (2026) menemukan bahwa digitalisasi perpajakan melalui aplikasi BIJAK di Kota Banjarmasin memiliki hubungan positif dengan kepatuhan wajib pajak daerah. Kesamaan temuan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi dapat menjadi instrumen penting dalam mendukung kepatuhan pada administrasi perpajakan pusat maupun daerah.

Secara konseptual, temuan ini sejalan dengan Mergel et al. (2019), yang menjelaskan bahwa transformasi digital sektor publik tidak hanya berkaitan dengan penerapan teknologi, tetapi juga perubahan proses pelayanan agar lebih efektif dan mudah diakses. Meskipun demikian, hasil deskriptif Bapenda Kota Dumai menunjukkan bahwa indikator percepatan pembayaran digital memperoleh rata-rata 3,19 dan kemudahan administrasi digital sebesar 3,22. Kondisi ini mengindikasikan perlunya penyempurnaan sistem agar pengaruh positif digitalisasi terhadap kepatuhan dapat didukung oleh pengalaman penggunaan yang lebih baik.

3. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan, dengan koefisien jalur sebesar 0,3316, nilai t-statistic 2,614, dan p-value yang dilaporkan dalam tesis sebesar 0,001. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai manfaat pajak, tanggung jawab perpajakan, dan kesediaan membayar pajak secara sukarela berkaitan dengan tingkat kepatuhan yang lebih tinggi. Temuan ini konsisten dengan penelitian Manurung dan Ardillah (2024), yang menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang

pribadi. Sinaga et al. (2023) juga menemukan bahwa kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM pada KPP Pratama Medan Belawan. Selain itu, Wasif et al. (2024) menemukan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pelaporan perpajakan. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor kesadaran tetap relevan dalam menjelaskan perilaku kepatuhan pada berbagai kelompok wajib pajak.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), kesadaran wajib pajak dapat dikaitkan dengan pembentukan sikap positif terhadap kewajiban perpajakan. Wajib pajak yang memahami kontribusi pajak terhadap pembangunan daerah cenderung memiliki dorongan internal untuk melaksanakan kewajibannya. Oleh karena itu, Bapenda Kota Dumai perlu mengintegrasikan peningkatan pelayanan dengan edukasi perpajakan, khususnya mengenai fungsi pajak daerah, prosedur pembayaran, dan manfaat penerimaan pajak bagi masyarakat.

4. Pengaruh Kepuasan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepuasan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan, dengan koefisien jalur sebesar 0,835, nilai t-statistic 2,453, dan p-value 0,014. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan wajib pajak berkaitan dengan meningkatnya kecenderungan untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Febriani dan Rahayu (2020), yang menemukan bahwa kepuasan wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan daerah. Nurawalya dan Sutrisno (2025) juga membuktikan adanya pengaruh positif kepuasan terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan serupa dilaporkan oleh Kribiyantara et al. (2024), yang menunjukkan bahwa kepuasan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan dalam konteks penggunaan sistem perpajakan elektronik.

Secara teoretis, temuan tersebut mendukung Expectation Confirmation Theory (Oliver, 1980), yang menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk ketika pengalaman aktual sesuai dengan harapan pengguna. Pada Bapenda Kota Dumai, rata-rata kepuasan wajib pajak sebesar 3,56 menunjukkan penilaian yang relatif baik. Namun, indikator kesesuaian

pelayanan dengan harapan memperoleh skor terendah sebesar 3,22. Dengan demikian, peningkatan kepuasan perlu diarahkan pada konsistensi pelayanan, penyederhanaan prosedur, serta kemampuan Bapenda dalam memenuhi ekspektasi wajib pajak.

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak melalui Kepuasan Wajib Pajak

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa kepuasan wajib pajak secara signifikan memediasi hubungan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,091, nilai t-statistic 2,785, dan p-value 0,005. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan secara langsung dengan kepatuhan, tetapi juga memiliki hubungan tidak langsung melalui kepuasan yang terbentuk dari pengalaman pelayanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Febriani dan Rahayu (2020), yang membuktikan bahwa kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak daerah di Samarinda. Nurawalya dan Sutrisno (2025) juga menemukan bahwa kepuasan wajib pajak menjadi mediator yang signifikan dalam hubungan kualitas pelayanan fiskus dengan kepatuhan wajib pajak pada KPP Pratama Pare.

Namun, temuan ini berbeda dengan Rahmi et al. (2024), yang melaporkan bahwa kepuasan wajib pajak tidak memediasi hubungan kualitas pelayanan perpajakan dengan kepatuhan. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas mediasi kepuasan dapat bervariasi menurut karakteristik wajib pajak, penyelenggaraan pelayanan, dan konteks kelembagaan. Secara teoretis, temuan ini memperkuat *Expectation Confirmation Theory*, yang menjelaskan bahwa kesesuaian antara harapan dan pengalaman pelayanan berperan dalam pembentukan kepuasan (Oliver, 1980). Karena pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepatuhan juga signifikan, hasil penelitian mengindikasikan adanya mediasi parsial. Implikasinya, peningkatan kualitas pelayanan Bapenda Kota Dumai perlu diarahkan tidak hanya pada ketepatan prosedur administratif, tetapi juga pada pengalaman pelayanan yang mampu memenuhi harapan wajib pajak.

6. Pengaruh Digitalisasi Layanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak melalui Kepuasan Wajib Pajak

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa kepuasan wajib pajak tidak memediasi secara signifikan hubungan digitalisasi layanan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar −0,057, nilai t-statistic 0,568, dan p-value 0,570. Dengan demikian, hipotesis keenam tidak didukung. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan positif digitalisasi layanan dengan kepatuhan yang ditemukan dalam penelitian tidak terbukti berlangsung melalui kepuasan wajib pajak.

Hasil tersebut sejalan dengan Rahmi et al. (2024), yang menemukan bahwa kepuasan wajib pajak tidak memediasi pengaruh penerapan e-filing terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan Kribiyantara et al. (2024), yang melaporkan adanya peran signifikan kepuasan dalam hubungan sistem perpajakan elektronik dengan kepatuhan. Perbedaan juga ditemukan pada penelitian Sari et al. (2026) di Kota Banjarmasin, yang membuktikan bahwa kepuasan wajib pajak memediasi hubungan digitalisasi perpajakan dengan kepatuhan

Perbedaan hasil tersebut merupakan research gap empiris yang penting. Dalam konteks Bapenda Kota Dumai, layanan digital dinilai telah mengurangi kebutuhan wajib pajak untuk datang langsung ke kantor pelayanan, tetapi belum sepenuhnya mempercepat pembayaran dan menyederhanakan proses administrasi. Kondisi ini dapat menjelaskan mengapa digitalisasi memiliki hubungan langsung yang signifikan dengan kepatuhan, tetapi belum menghasilkan pengaruh tidak langsung yang signifikan melalui kepuasan.

Secara konseptual, hasil tersebut menunjukkan bahwa manfaat fungsional teknologi dan evaluasi kepuasan pengguna merupakan dua aspek yang perlu dibedakan. Wajib pajak dapat menggunakan layanan digital untuk menyelesaikan kewajiban perpajakan meskipun pengalaman penggunaannya belum optimal. Oleh karena itu, Bapenda Kota Dumai perlu meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan transaksi, integrasi pembayaran, dan keandalan sistem agar manfaat digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan, tetapi juga mampu meningkatkan kepuasan wajib pajak.

7. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak melalui Kepuasan Wajib Pajak

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa kepuasan wajib pajak secara signifikan memediasi hubungan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan, dengan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,237, nilai t-statistic 2,151, dan p-value 0,031. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran wajib pajak memiliki hubungan dengan kepatuhan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan terhadap pelayanan perpajakan. Hasil tersebut dapat dikaitkan dengan penelitian Manurung dan Ardillah (2024) serta Sinaga et al. (2023), yang menemukan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan perpajakan. Namun, kedua penelitian tersebut tidak secara langsung membuktikan peran mediasi kepuasan pada hubungan kesadaran dengan kepatuhan. Dengan demikian, hasil penelitian Bapenda Kota Dumai memberikan pengembangan empiris dengan menguji kepuasan sebagai mekanisme penghubung antara kesadaran dan kepatuhan wajib pajak.

Secara teoretis, temuan ini relevan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menempatkan sikap sebagai salah satu determinan niat berperilaku. Kesadaran mengenai manfaat dan tanggung jawab perpajakan dapat membentuk orientasi positif terhadap pemenuhan kewajiban. Apabila orientasi tersebut disertai pengalaman pelayanan yang memuaskan, kecenderungan untuk mematuhi ketentuan perpajakan dapat semakin kuat. Karena pengaruh langsung kesadaran terhadap kepatuhan juga signifikan, hasil penelitian mengindikasikan mediasi parsial. Implikasi praktisnya adalah bahwa peningkatan kesadaran wajib pajak perlu dilaksanakan bersamaan dengan perbaikan kualitas pelayanan. Sosialisasi manfaat pajak, edukasi administrasi perpajakan, dan penyediaan informasi yang transparan menjadi strategi yang relevan untuk mendukung kepatuhan wajib pajak secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian ini, diperoleh tujuh kesimpulan sesuai dengan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Bapenda Kota Dumai, semakin tinggi kecenderungan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Dengan demikian, H1 diterima
2. Digitalisasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pemanfaatan teknologi dalam pelayanan perpajakan dapat meningkatkan kemudahan akses, efisiensi administrasi, dan pelaksanaan kewajiban perpajakan. Dengan demikian, H2 diterima.
3. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi pemahaman dan kesadaran wajib pajak mengenai fungsi serta tanggung jawab perpajakan, semakin tinggi kecenderungan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan secara sukarela. Dengan demikian, H3 diterima.
4. Kepuasan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kepuasan terhadap pelayanan perpajakan berkaitan dengan meningkatnya kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban sesuai ketentuan yang berlaku. Dengan demikian, H4 diterima.
5. Kepuasan wajib pajak secara signifikan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Artinya, kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepatuhan, baik secara langsung maupun melalui peningkatan kepuasan wajib pajak. Dengan demikian, H5 diterima.
6. Kepuasan wajib pajak tidak memediasi secara signifikan pengaruh digitalisasi layanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi layanan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepatuhan, tetapi pengaruh tidak langsung melalui kepuasan tidak terbukti signifikan. Dengan demikian, H6 ditolak.
7. Kepuasan wajib pajak secara signifikan memediasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berkaitan dengan kepatuhan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan terhadap pelayanan perpajakan. Dengan demikian, H7 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179-211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Bhattacherjee, A. (2001). *Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model*. MIS Quarterly, 25(3), 351-370. https://doi.org/10.2307/3250921

Bobek, D. D., & Hatfield, R. C. (2003). *An investigation of The Theory of Planned Behavior and the Role of Moral Obligation in Tax Compliance*. Behavioral Research in Accounting, 15(1), 13-38. https://doi.org/10.2308/bria.2003.15.1.13

Denhardt, R. B., & Denhardt, J. V. (2000). *The New Public Service: Serving Rather Than Steering*. Public Administration Review, 60(6), 549-559. https://doi.org/10.1111/0033-3352.00117

Febriani, E., & Rahayu, N. I. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Keadilan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal Akuntansi dan Ekonomika, 10(2), 149-158. https://doi.org/10.37859/jae.v10i2.2349

Hood, C. (1991). *A Public Management for All Seasons?* Public Administration, 69 (1), 3-19. https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.1991.tb00779.x

Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia. (2017). Peraturan Menteri PANRB Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*, 16th ed. Pearson

Kribiyantara, Y., Dura, J., & Bukhori, M. (2024). *Dampak E-Tax System dan Konsultan Pajak Terhadap Kepatuhan dengan Kepuasan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening*. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 8(4), 4582-4595. https://doi.org/10.33395/owner.v8i4.2435

Mandasari, N. (2024). *The Effect of Taxation Digitalization (Electronic System) on Increasing Individual Taxpayer Compliance*. Advances in Taxation Research, 2(3), 153-167. https://doi.org/10.60079/atr.v2i3.62

Manurung, A. S., & Ardillah, K. (2024). *The Impact of Taxpayer Awareness, Tax Service Quality, Tax Counseling, and Tax Sanctions on Individual Taxpayer Compliance*.

Journal of Accounting Auditing and Business, 7(1). https://doi.org/10.24198/jaab.v7i1.51166

Mergel, I., Edelmann, N., & Haug, N. (2019). *Defining Digital Transformation: Results From Expert Interviews*. Government Information Quarterly, 36(4), Article 101385. https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.06.002

Nurawalya, D. N. S., & Sutrisno, T. (2025). *The Effect of Tax Service Quality on Taxpayer Compliance With Satisfaction As The Mediating Variable*. Telaah Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan, 3(1), 1–16. https://doi.org/10.21776/tiara.2025.3.1.164

Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral Perspective on The Consumer*, 2nd ed. Routledge.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing, 64 (1), 12-40.

Rahmi, I., Defitri, S. Y., & Maison, W. (2024). *Determinants of taxpayer Compliance Through Taxpayer Satisfaction*. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 12(2), 257–264. https://doi.org/10.37641/jiakes.v12i2.2588

Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.

Republik Indonesia. (2018). Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik.

Republik Indonesia. (2022). Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah.

Saad, N. (2014). *Tax Knowledge, Tax Complexity and Tax Compliance*: Taxpayers' view. Procedia Social and Behavioral Sciences, 109, 1069-1075. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.590

Sari, Y. Y., Fatimah, F., Limarjani, S., Fitriaty, D., & Wijaya, M. (2026). *Mediasi Kepuasan Wajib Pajak dalam Pengaruh Digitalisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Jurnal Wawasan Manajemen*, 14(2). https://doi.org/10.20527/jwm.v14i2.470

Sinaga, M. B., Siregar, N. B., & Fachrudin, K. A. (2023). *Factors That Influence SMEs Taxpayer Compliance With Digitalization of Tax Services As A Moderating Variable*

at KPP Pratama Medan Belawan. International Journal of Research and Review, 10(12). https://doi.org/10.52403/ijrr.20231226

Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). *Digital Transformation: A multidisciplinary Reflection and Research Agenda*. Journal of Business Research, 122, 889-901. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022

Vial, G. (2019). *Understanding Digital Transformation: A Review and A Research Agenda*. The Journal of Strategic Information Systems, 28 (2), 118-144. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003

Wasif, S. K., Pratama, B., Andini, I., & Hartanti, D. (2024). *The Influence of Taxpayer Awareness and Tax Sanctions on Taxpayer Reporting Compliance*. Journal of Accounting, Management, Economics, and Business (Analysis), 2 (2), 165-176. https://doi.org/10.56855/analysis.v2i2.1140