

**PERBEDAAN PERSEPSI DAN HARAPAN WAJIB PAJAK
TENTANG KUALITAS PELAYANAN ACCOUNT
REPRESENTATIF KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA
PADANG**

SKRIPSI

*“Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang”*



Oleh :

Utari Resdina Svafri
1107575/2011

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

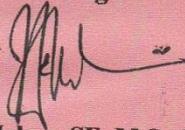
**PERBEDAAN PERSEPSI DAN HARAPAN WAJIB PAJAK TENTANG
KUALITAS PELAYANAN *ACCOUNT REPRESENTATIF* KANTOR
PELAYANAN PAJAK PRATAMA PADANG**

Nama : Utari Resdina Syafri
BP / NIM : 2011 / 1107575
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2016

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Herlina Helmy, SE, M.S. Ak
NIP. 19800327 200501 2 002

Pembimbing II



Vita Fitria Sari, SE, M.Si
NIP. 19870515 201012 2 009

Mengetahui,
Ketua Program Studi Akuntansi

Fefri Indra Arza, SE, M.Sc, Ak
NIP. 19730213 199903 1 003

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

**Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang**

Judul : Perbedaan Persepsi Dan Harapan Wajib Pajak Tentang
Kualitas Pelayanan *Account Representatif* Kantor Pelayanan
Pajak Pratama Padang

Nama : Utari Resdina Syafri

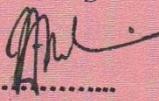
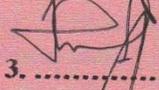
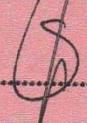
BP / NIM : 2011 / 1107575

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Padang, Februari 2016

Tim Penguji

| | Nama | Tanda Tangan |
|---------------|-------------------------------|--|
| 1. Ketua | : Herlina Helmy, SE, M.S. Ak | 1.  |
| 2. Sekretaris | : Vita Fitria Sari, SE, M.Si | 2.  |
| 3. Anggota | : Henri Agustin, SE, M.Sc, Ak | 3.  |
| 4. Anggota | : Salma Taqwa, SE, M.Si | 4.  |

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Utari Resdina Syafri
NIM / Thn. Masuk : 1107575 / 2011
Tempat/Tgl Lahir : Padang / 17 Agustus 1993
Program Studi : Akuntansi
Keahlian : Sektor Publik
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Belibis Blok F No. 16 Air Tawar Barat, Padang
No. HP : 081261991397
Judul Skripsi : Perbedaan Persepsi Dan Harapan Wajib Pajak Tentang Kualitas Pelayanan *Account Representatif* Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang

Dengan ini meyakini bahwa:

1. Karya tulis/skripsi saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya/pendapat yang telah ditulis/dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang, dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah, apabila telah ditandatangani Asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Februari 2016
Yang menyatakan,



Utari Resdina Syafri
NIM. 1107575 / 2011

**THE DIFFERENCE PERCEPTION AND TAXPAYER EXPECTATION ABOUT
ACCOUNT REPRESENTATIF'S SERVICE QUALITY IN KANTOR
PELAYANAN PAJAK PRATAMA PADANG**

ABSTRACTEDLY

By:

Utari Resdina Syafri / 1107575 / 2011

Counsellor 1 : Herlina Helmy, SE, M.S.Ak

Counsellor 2 : Vita Fitria Sari, SE., M.Si,

This research intent to know the difference Perception And Taxpayer Expectation About Service quality Account Representatif Taxeses in Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang. This observational data acquired through koesioner's broadcast at territorial Padang City. This research included comparabilities observational type. Population in observational it is Assessable Person Padang City Person that enrolled at KPP Pratama Padang per date of 31st December 2014 total one 13.024 person. Samples taking tech utilize tech purposive is sampling after previous utilize slovin's formula in determines total sample who will be analyzed. So exists 100 observational deep respondents it.

This observational result points out that exists distinctive among perception and tax payer expectation about service quality in term assurance, reliability, tangibles, emphaty, responsiveness one that is measured test thru pair sample t test. That conclusion is acquired because point signifikan on tests pair sample t test for service quality in term assurance as big as $0,000 < 0,05$, reliability as big as $0,048 < 0,05$, tangibles as big as $0,017 < 0,05$, emphaty as big as $0,010 < 0,05$, and responsiveness as big as $0,000 < 0,05$.

Examination result Importance Performance Analysis (IPA) point out that on A's quadrant its indicator is direct responsive and look for solution while tax payer interpose problem, that that indicator matter lies on level increases responsive energy. On quadrant b indicator it is ministering taxes have effectively been done and efficient. This indicator form a part of reliability indicator that must is kept. On quadrant c indicator it is uniform AR corresponds to regulation and orderly. Dress scruffy in clad must been fixed although was seen good. Indicator that lays in this quadrant have low satisfaction zoom and reputed not very necessary for consumer so taxes party not very priority that factor. On quadrant d, its indicator is AR comports good form in services WP. Politeness in ministering taxes is not is required but familiarity character that must been shown or is featured.

Key word: Perception and Taxpayer Expectation, Ministering quality Account Representatif

**PERBEDAAN PERSEPSI DAN HARAPAN WAJIB PAJAK TENTANG
KUALITAS PELAYANAN ACCOUNT REPRESENTATIF KANTOR
PELAYANAN PAJAK PRATAMA PADANG**

ABSTRAK

Oleh :

Utari Resdina Syafri/1107575/2011
Pembimbing 1: Herlina Helmy, SE, M.S.Ak
Pembimbing 2 : Vita Fitria Sari, SE., M.Si,

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perbedaan Persepsi Dan Harapan Wajib Pajak Tentang Kualitas Pelayanan *Account Representatif* Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang. Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran koesioner di wilayah Kota Padang. Penelitian ini termasuk jenis penelitian komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Padang yang terdaftar di KPP Pratama Padang per tanggal 31 Desember 2014 yang berjumlah 13.024 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* setelah sebelumnya menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Sehingga terdapat 100 responden dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan wajib pajak tentang kualitas pelayanan dalam hal *assurance* (jaminan), *reliability* (keandalan), *tangibles* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *responsiveness* (daya tanggap) yang diukur melalui uji *pair sample T test*. Kesimpulan tersebut diperoleh karena nilai signifikansi pada uji *pair sample T test* untuk kualitas pelayanan dalam hal *assurance* (jaminan) sebesar $0,000 < 0,05$, *reliability* (keandalan) sebesar $0,048 < 0,05$, *tangibles* (bukti fisik) sebesar $0,017 < 0,05$, *emphaty* (empati) sebesar $0,010 < 0,05$, dan *responsiveness* (daya tanggap) sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil pengujian *Importance-Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa pada kuadran A indikatornya adalah langsung tanggap dan mencari solusi ketika wajib pajak mengemukakan masalah, yang berarti indikator tersebut berada pada level tingkatan daya tanggap. Pada kuadran B indikatornya adalah pelayanan pajak harus dilakukan secara efektif dan efisien. Indikator ini merupakan bagian dari indikator keandalan yang musti dipertahankan. Pada kuadran C indikatornya adalah seragam AR sesuai dengan peraturan dan rapi. Ketidakrapihan dalam berpakaian mesti diperbaiki walaupun sudah terlihat baik. indikator yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen sehingga pihak pajak tidak terlalu memprioritaskan faktor tersebut. Pada kuadran D indikatornya adalah AR bersikap sopan dalam melayani WP. Sopan santun dalam pelayanan pajak tidak diperlukan melainkan sifat kekeluargaan yang mesti diperlihatkan atau ditonjolkan.

Kata kunci: Persepsi dan Harapan Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan *Account Representatif*

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Perbedaan Persepsi Dan Harapan Wajib Pajak tentang Kualitas Pelayanan Account Representatif Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang.** Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program studi S-1 dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Herlina Helmi, SE,M.S.Ak selaku pembimbing I dan Ibu Vita Fitria Sari, SE, M.Si selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan transfer ilmu kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Henri Agustin, SE,[M.Sc,Ak](#) dan Ibu Salma Taqwa,SE,M.Si selaku penguji yang telah memberi banyak saran dan perbaikan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Bapak Fefri Indra Arza, S.E, M.Sc, Ak dan Bapak Henri Agustin S.E, M.Sc, Ak selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Mayar Afriyenti, SE,M.Sc selaku dosen Penasehat Akademik (PA).
6. Staf dosen serta karyawan / karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Khususnya Program Studi Akuntansi serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini serta yang telah mengarahkan dan membantu penulis dalam mendapatkan data selama penelitian ini.
7. Pegawai perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
8. Teristimewa kepada papa Drs.Syafri Jamain, MPd dan mama Dra.Mislinda.R, MM serta kakak Marisa Manda Sari SP, abang Nanda Rizki Muttaqin S.Pt dan keluarga besar yang telah memberikan perhatian, semangat, do'a, dorongan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil hingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
9. Teman-teman terSayang power ranger, Jivi Trima Putri,SE, Erina Juita,SE, Shafira Khairani,SE, Winda Dwi Rosyadi,SE yang sama-sama telah membantu dan berjuang bersama.
10. Sahabat TerCinta Sovia Ratna Dewi, A.Md yang selalu memberikan semangat serta motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi
11. Teman terKasih Rion Pratama Harianto,SH yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis

12. Teman-teman, Refiolla Raida,SE, Nurul Wahyuni,SE, Indria Rentika,SE, Intan Alvionita,SE, Edi yasmoro,SE , dan teman – teman ENOB yang sama-sama berjuang membantu, memotivasi, saran, dukungan, serta bimbingan yang sangat berguna dalam penulisan ini.
13. Semua sahabat seperjuangan di Prodi Akuntansi angkatan 2011 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses perkuliahan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga bantuan, bimbingan dan petunjuk yang bapak/ibu dan rekan - rekan berikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Penulis telah menulis semaksimal mungkin untuk skripsi ini, namun apabila pembaca masih menemukan kekurangan, maka penulis memohon adanya saran dan kritikan.

Padang, 11 Februari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|-------------|
| Abstrak | i |
| Kata Pengantar | ii |
| Daftar Isi..... | iv |
| Daftar Tabel..... | viii |
| Daftar Gambar..... | x |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 10 |
| C. Rumusan Masalah | 11 |
| D. Tujuan Penelitian | 11 |
| E. Manfaat Penelitian | 11 |
| BAB II KAJIAN TEORI..... | 13 |
| A. Kajian Teori | 13 |
| 1. Pajak | 13 |
| a. Pengertian Pajak..... | 13 |
| b. Sistem Perpajakan | 14 |
| c. Jenis-Jenis Pajak..... | 15 |
| d. Fungsi Pajak..... | 16 |
| 2. Persepsi | 17 |
| a. Definisi Persepsi | 17 |
| b. Indikator Persepsi..... | 18 |

| | |
|--|-----------|
| 3. Harapan..... | 19 |
| a. Pengertian Harapan | 19 |
| b. Indikator Harapan..... | 20 |
| 4. Hubungan Antara Persepsi dan Harapan..... | 22 |
| 5. <i>Account Representatif (AR)</i> Pajak | 22 |
| a. Pengertian <i>Account Representatif (AR)</i> | 22 |
| b. Pembagian <i>Account Representatif (AR)</i> | 23 |
| c. Kualitas Pelayanan <i>Account Representatif (AR)</i> | 24 |
| d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan <i>Account Representatif (AR)</i> | 26 |
| e. Indikator Kualitas Pelayanan <i>Account Representatif (AR)</i> ... | 27 |
| B. Penelitian Terdahulu | 28 |
| C. Kerangka Konseptual..... | 29 |
| D. Hipotesis | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 32 |
| A. Jenis Penelitian | 32 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 32 |
| C. Jenis dan Sumber Data | 32 |
| 1. Jenis Data | 32 |
| 2. Sumber Data | 33 |
| D. Populasi dan Sampel | 33 |
| 1. Populasi..... | 33 |
| 2. Sampel..... | 33 |

| | |
|---|---------------|
| E. Teknik dan Alat Pengumpulan Data | 35 |
| F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya..... | 35 |
| G. Uji Instrumen Data..... | 36 |
| 1. Uji Validitas..... | 36 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 37 |
| H. Analisis Deskriptif | 38 |
| I. Uji Normalitas Data..... | 40 |
| J. Uji Hipotesis (<i>Pair-Sample T Test</i>) | 41 |
| K. <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>..... | 41 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 45 |
| A. Gambaran Umum Sampel | 45 |
| 1. Sejarah Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang | 45 |
| 2. Visi dan Misi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang..... | 47 |
| 3. Struktur Organisasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang | 48 |
| B. Deskriptif Variabel Penelitian..... | 50 |
| 1. Karakteristik Responden | 50 |
| 2. Deskripsi Variabel Penelitian..... | 54 |
| C. Uji Instrumen Data..... | 61 |
| 1. Uji Validitas..... | 61 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 65 |
| D. Uji Normalitas Data..... | 66 |
| E. Uji Hipotesis (<i>Pair-Sample T Test</i>) | 68 |

| | |
|---|-----------|
| F. Rangkuman Pengujian Hipotesis | 69 |
| G. <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA)..... | 70 |
| H. Pembahasan Hasil Penelitian | 75 |
| BAB V PENUTUP | 79 |
| A. Kesimpulan..... | 79 |
| B. Saran | 80 |
| C. Keterbatasan Penelitian | 81 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Daftar Penerimaan Pajak Negara (Dalam Triliunan Rupiah).. | 2 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel..... | 35 |
| Tabel 3.2 Penjabaran Skor | 36 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden Penelitian | 51 |
| Tabel 4.2 Umur Responden Penelitian | 51 |
| Tabel 4.3 Status Perkawinan Responden Penelitian | 52 |
| Tabel 4.4 Pengurusan SPT Responden Penelitian..... | 52 |
| Tabel 4.5 Status SPT Responden Penelitian..... | 53 |
| Tabel 4.6 Data Demografi Responden Penelitian | 53 |
| Tabel 4.7 Respon Sampel Penelitian Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan)- Persepsi..... | 54 |
| Tabel 4.8 Respon Sampel Penelitian Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan)- Harapan..... | 55 |
| Tabel 4.9 Respon Sampel Penelitian Indikator <i>Reliability</i> (Keandalan)- Persepsi..... | 56 |
| Tabel 4.10 Respon Sampel Penelitian Indikator <i>Reliability</i> (Keandalan)- Harapan..... | 56 |
| Tabel 4.11 Respon Sampel Penelitian Indikator <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)- Persepsi..... | 57 |
| Tabel 4.12 Respon Sampel Penelitian Indikator <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)- Harapan..... | 58 |

| | |
|---|-----------|
| Tabel 4.13 Respon Sampel Penelitian Indikator <i>Empathy</i> (Empati)- Persepsi..... | 58 |
| Tabel 4.14 Respon Sampel Penelitian Indikator <i>Empathy</i> (Empati)- Harapan..... | 59 |
| Tabel 4.15 Respon Sampel Penelitian Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)-Persepsi..... | 60 |
| Tabel 4.16 Respon Sampel Penelitian Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)-Harapan..... | 60 |
| Tabel 4.17 Uji Validitas Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan)..... | 61 |
| Tabel 4.18 Uji Validitas Indikator <i>Reliability</i> (Keandalan) | 62 |
| Tabel 4.19 Uji Validitas Indikator <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)..... | 63 |
| Tabel 4.20 Uji Validitas Indikator <i>Empathy</i> (Empati) | 64 |
| Tabel 4.21 Uji Validitas Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) | 65 |
| Tabel 4.22 Uji Reliabilitas | 66 |
| Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas | 67 |
| Tabel 4.24 Hasil Uji <i>Pair Sample T Test</i>..... | 68 |
| Tabel 4.25 Rangkuman Hasil Penelitian..... | 69 |
| Tabel 4.26 Analisis IPA | 71 |
| Tabel 4.27 Nilai Korelasi..... | 75 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----------|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual | 30 |
| Gambar 3.1 Diagram Kartesius | 43 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang | 48 |
| Gambar 4.2 <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>..... | 70 |

BAB I

PENDAHULUAN

F. Latar Belakang

Pajak merupakan salah satu pendapatan negara dari sektor non migas. Pajak merupakan salah satu tumpuan dalam aspek pembangunan nasional. Peran pajak sangat penting dalam pembangunan suatu negara dimana pajak dipergunakan untuk membangun infrastruktur maupun perlengkapan dasar dalam pengelolaan negara. Suatu negara akan maju bila pendapatan pajaknya mampu menutupi seluruh pembangunan negara tersebut sehingga dapat dikatakan terhindar dari pinjaman atau hutang luar negeri. Pembangunan jika dilakukan melalui pembiayaan utang luar negeri hanya akan menambah beban negara karena negara harus membayar mahal atas bunga yang dibebankan. Semakin besarnya pengeluaran pemerintah dalam rangka pembiayaan negara menuntut peningkatan penerimaan negara yang salah satunya berasal dari penerimaan pajak (Widjaya, 2011). Dimasa lalu sumber utama pembiayaan pembangunan bersumber dari kekayaan alam yang berupa migas dan utang luar negeri yang hanya bersifat sementara. Perlu disadari bahwa keterbatasan migas dan pinjaman luar negeri tidak mampu menunjang kemandirian bangsa serta pola pembiayaan tersebut dipandang kurang baik untuk jangka panjang. Salah satu cara untuk menunjang kemandirian bangsa adalah dengan menggali sumber dana yang berasal dari dalam negara yang berupa pajak.

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasmo, 2008:1). Dari definisi diatas dapat dijelaskan bahwa pajak tidak memiliki manfaat secara langsung kepada wajib pajak karena pajak merupakan iuran rakyat yang diberikan kepada negara. Manfaat pajak dapat dirasakan setelah adanya program-program yang dibuat oleh negara dalam rangka memakmurkan rakyatnya. Daftar penerimaan negara dari sektor pajak dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1
Daftar Penerimaan Pajak Negara
(Dalam Triliunan Rupiah)

| Keterangan | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|
| Pajak Dalam Negeri | 694,39 | 819,75 | 930,86 | 1.099,94 | 1.256,30 |
| 1. Pajak Penghasilan | 357,04 | 431,12 | 465,07 | 538,76 | 591,62 |
| 2. Pajak Pertambahan Nilai | 230,60 | 277,80 | 337,58 | 423,70 | 518,87 |
| 3. Pajak Bumi Dan Bangunan | 28,58 | 29,89 | 28,96 | 27,34 | 25,54 |
| 4. Bea Perolehan Hak Atas Tanah Dan Bangunan | 8,02 | -1 | 0 | 0 | 0 |
| 5. Cukai | 66,16 | 77,01 | 95,02 | 104,73 | 114,28 |
| 6. Pajak Lainnya | 3,96 | 3,92 | 4,21 | 5,40 | 5,98 |
| Pajak Perdagangan Internasional | 28,91 | 54,12 | 49,65 | 48,42 | 53,91 |
| 1. Bea Masuk | 20,01 | 25,26 | 28,41 | 30,81 | 33,93 |
| 2. Pajak Impor | 8,89 | 28,85 | 21,23 | 17,60 | 19,97 |
| Total Penerimaan Pajak | 723,30 | 873,87 | 980,51 | 1.148,36 | 1.310,21 |

Sumber : Badan Pusat Statistik (2015)

Dari tabel 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwa penerimaan pajak dalam negeri dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Pada tahun 2010 jumlah penerimaan pajak sebesar Rp. 723,30 triliun, pada tahun 2011 sebesar Rp. 873,87 triliun, artinya meningkat sebesar Rp. 150,57 triliun atau meningkat sebesar 20,81% dari tahun sebelumnya. Namun pada tahun 2012 jumlah penerimaan pajak sebesar Rp. 980,51 triliun, artinya meningkat sebesar Rp. 106,64 triliun atau meningkat sebesar 12,20%, peningkatannya lebih rendah dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2013 jumlah penerimaan pajak sebesar Rp. 1.148,36 triliun, artinya meningkat sebesar Rp. 167,85 triliun atau meningkat sebesar 17,11%, lebih tinggi dari tahun 2012 namun tidak sebesar tahun 2011 yang mencapai 20%. Pada tahun 2014 jumlah penerimaan pajak sebesar Rp. 1.310,21 triliun, artinya meningkat sebesar Rp. 161,85 triliun atau meningkat sebesar 14,09%, lebih rendah dari tahun sebelumnya. Dari analisa diatas dapat dijelaskan bahwa pertumbuhan penerimaan pajak tidak signifikan atau cenderung berkurang. Hal ini perlu adanya dorongan lebih dari pemerintah agar masyarakat lebih tertarik lagi dalam melunasi pajaknya.

Peran serta masyarakat wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak berdasarkan ketentuan perpajakan sangat diharapkan. Sehingga kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak merupakan posisi strategis dalam peningkatan penerimaan pajak (Ikhsan, 2007). Kepatuhan perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. (Nurmantu dalam Rahayu, 2010).

Tingkat kepatuhan Wajib Pajak yang rendah juga salah satu pemacu pemerintah melakukan pertimbangan yang matang dalam menentukan kebijakan fiskal yang diharapkan akan meningkatkan penerimaan negara sekaligus kemudahan bagi wajib pajak serta mengurangi beban administrasi dari kedua belah pihak. Kemudahan melakukan kewajiban perpajakan bagi wajib pajak dinilai dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Tentunya hal tersebut berbanding lurus dengan penerimaan yang akan diterima oleh negara melalui sektor perpajakan (Budihardjo, 2014). Kepatuhan wajib pajak sangat didorong oleh hubungan yang baik antara Wajib Pajak dan petugas pengelolaan pajak.

Adanya tuntutan masyarakat kepada pemerintah untuk dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan mengutamakan pelayanan prima kepada masyarakat tanpa diskriminasi membuat pemerintah harus mengambil beberapa kebijakan tentang penyelenggaraan perpajakan. Dengan demikian, kualitas pelayanan pajak menjadi posisi strategis dalam peningkatan penerimaan pajak (Hardijanto, 2000:1). Wajib pajak selalu mengharapkan agar pelayanan pajak dapat diberikan dengan baik dan memuaskan bagi setiap pengguna yang memanfaatkannya. Wajib pajak menginginkan fasilitas yang baik dari kantor pelayanan pajak, keramahan, ketanggapan, kemampuan, dan kesungguhan para petugas kantor pelayanan. Pihak pemerintah dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanan kepada wajib pajak. Gagliano dalam Prakarsa (2009) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah pandangan konsumen (Wajib Pajak) terhadap hasil perbandingan antara ekspektasi konsumen (Wajib Pajak) dengan kenyataan yang diperoleh dari pelayanan.

Oleh karena itu, penerimaan pajak di Indonesia harus dioptimalkan. Hal ini merupakan salah satu tugas yang harus dikerjakan sebaik-baiknya oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk dapat mengoptimalkan penerimaan pajak. Perkembangan kondisi dunia bisnis dan usaha serta lingkungan menuntut Direktorat Jenderal Pajak untuk selalu memperbaiki dan menyempurnakan struktur organisasi dari Direktorat Jenderal Pajak. Salah satu bentuk penyempurnaan struktur organisasi tersebut adalah dengan diberlakukannya *Account Representative (AR)* pajak. Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) terbaru Nomor 79/PMK. 01/2015 tentang *Account Representative* pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP), AR dikelompokkan dalam dua fungsi, yaitu AR yang menjalankan fungsi pelayanan dan konsultasi wajib pajak (WP), dan sebagian AR akan menjalankan fungsi pengawasan dan penggalian potensi wajib pajak.

Tugas AR sebelumnya mencakup semua yaitu fungsi pelayanan dan konsultasi dan juga fungsi pengawasan serta penggalian. Tugas ini terlalu berat dan membuat AR tidak maksimal karena menangani berbagai persoalan. Berdasarkan PMK Nomor 79/PMK.01/2015, AR yang menjalankan fungsi pelayanan dan konsultasi wajib pajak mempunyai tugas melakukan proses penyelesaian permohonan wajib pajak, melakukan proses penyelesaian usulan pembetulan ketetapan pajak, melakukan bimbingan dan konsultasi teknis perpajakan kepada wajib pajak, dan melakukan proses penyelesaian usulan pengurangan pajak bumi dan bangunan. Untuk fungsi AR sebagai pengawasan dan penggalian potensi wajib pajak, tugasnya adalah melakukan pengawasan

kepatuhan kewajiban perpajakan wajib pajak, menyusun profil wajib pajak, analisis kinerja wajib pajak, dan rekonsilitasi data wajib pajak dalam rangka intensifikasi dan himbauan kepada wajib pajak.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah tugas AR yang mencakup segala fungsi ditambah jumlahnya yang terbatas membuat fungsi AR berat dan tidak maksimal sehingga perlu dilakukan perubahan agar terciptanya persepsi yang baik dari Wajib Pajak dan harapan akan terealisasinya pajak dengan baik. Menurut Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat Direktorat Jenderal Pajak (Ditjen Pajak) Mekar Satria Utama mengatakan jumlah AR di Ditjen Pajak terbatas. Sebut saja KPP Pratama yang ruang penanganan wajib pajaknya dalam jumlah besar. Satu AR dalam KPP Pratama bisa menangani 800 wajib pajak dan jumlah AR tiap KPP Pratama rata-rata hanya 40 orang. Idealnya untuk pratama mesti ada 60 AR (Kontan, diakses Senin 08 Agustus 2015). Minimnya jumlah AR ini yang harus ditingkatkan.

Berdasarkan PMK Nomor 79/PMK.01/2015, AR yang menjalankan fungsi pelayanan dan konsultasi wajib pajak mempunyai tugas melakukan proses penyelesaian permohonan wajib pajak, melakukan proses penyelesaian usulan pembetulan ketetapan pajak, melakukan bimbingan dan konsultasi teknis perpajakan kepada wajib pajak, dan melakukan proses penyelesaian usulan pengurangan pajak bumi dan bangunan. Menurut Wahyu Karya Plt. Direktur Penyuluhan dan Humas DJP seringkali petugas AR kehilangan orientasi. Ketika AR sedang melakukan konsultasi dengan Wajib Pajak, tapi sifatnya malah mengawasi, begitu pula sebaliknya. Sehingga seringkali timbul *conflict of*

interest pada AR terhadap Wajib Pajaknya (Kontan, diakses Senin 08 Agustus 2015). Disatu sisi, AR harus memberikan pelayanan prima dengan menjadi sahabat Wajib Pajak dalam menjalankan peran konsultasi, tetapi disisi lain AR harus bersifat tegas kepada Wajib Pajaknya dalam menjalankan peran pengawasan supaya Wajib Pajak tersebut patuh untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Dan kedua peran ini dapat dilakukan oleh AR kepada Wajib Pajak yang sama dengan waktu yang berbeda bahkan dalam waktu bersamaan karena adanya dualisme peran tersebut. Dengan menjalankan dua peran yang kontradiktif dalam waktu yang bersamaan, maka kedua peran tersebut dirasa tidak akan berjalan efektif. Hal ini akan menyebabkan hubungan yang kurang harmonis antara pemeriksa dan Wajib Pajak dalam menilai kualitas pelayanan perpajakan. Hubungan yang kurang harmonis antara pemeriksa dan Wajib Pajak dapat diatasi dengan adanya strategi yang mendorong keterbukaan dalam administrasi perpajakan. Oleh karena itu dengan memiliki sebuah sistem pelayanan perpajakan yang memenuhi dimensi-dimensi *service quality*, kepuasan Wajib Pajak dapat terpenuhi (Agustin, 2011). Selanjutnya Zeithaml, Parasuraman dan Berry memberikan definisi kualitas layanan sebagai: "*Service quality can be defined as the extent of discrepancy between customer expectation or desire and their perception*", yang dapat diartikan sebagai tingkat ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

Persepsi adalah proses seseorang mengetahui beberapa hal yang melalui panca indranya. Menurut Suripto (1996:10) yang dikutip oleh Kartawan dan Dedi (2002:110) mendefinisikan persepsi sebagai proses yang dilakukan seseorang

dalam memahami informasi dan proses pemahaman ini melalui penglihatan, pendengaran dan perasaan. Persepsi Wajib Pajak terhadap pegawai *Account Representative* bersifat negatif karena Wajib Pajak beranggapan kurangnya kemampuan AR dalam menilai pajak yang dibebankan masih sangat kurang serta banyaknya permasalahan Wajib Pajak yang harus diselesaikan oleh seorang AR membuat kinerjanya menurun. Wajib Pajak beranggapan bahwa AR masih sangat kurang sehingga banyak pengaduan yang harus diterima oleh Direktorat Jendral Pajak (Ditjen Pajak), hampir 800 kasus wajib pajak yang harus ditangani oleh seorang AR saja (Kontan, diakses Senin 08 Agustus 2015).

Walgito (dalam Indrawijaya, 2000) mengemukakan bahwa persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya stimulus yang mengenainya tetapi juga individu sebagai satu kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi serta sikapnya yang relevan dalam menanggapi stimulus. Individu dalam hubungannya dengan dunia luar selalu melakukan pengamatan untuk dapat mengartikan rangsangan yang diterima dan alat indera dipergunakan sebagai penghubung antara individu dengan dunia luar. Persepsi seseorang dalam membayar pajak adalah dimana pajak yang mereka bayarkan apakah sudah dimanfaatkan secara tepat sasaran, bagaimana keandalan serta empati yang ditunjukkan oleh pegawai *account representative* pajak.

Menurut Zethaml et al. (1993) yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra (2004:122) mengatakan bahwa harapan/ekspektasi merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk bersangkutan. Harapan dari Wajib Pajak

adalah agar pemerintah menambah AR sehingga akan mengoptimalkan kualitas pelayanan dari AR itu sendiri. Pemerintah juga harus mampu mencari calon-calon AR yang memiliki kualitas yang tinggi. Hal ini akan mendorong terciptanya pelayanan yang baik serta terciptanya ketertarikan oleh calon-calon Wajib Pajak baru.

Menurut Lovelock (2001) dalam Prakarsa (2014) harapan dan persepsi pada akhirnya akan menentukan tingkat kepuasan Wajib Pajak terhadap suatu pelayanan. Setelah menikmati pelayanan yang diberikan, Konsumen (Wajib Pajak) akan membandingkan antara harapan dan persepsi mereka tentang pelayanan tersebut. Ada beberapa kemungkinan yang terjadi, yaitu jika persepsi (*perception*) lebih kecil daripada harapan (*expectation*), ($P < E$), Konsumen (Wajib Pajak) akan memberikan suatu tanggapan *negative* terhadap pelayanan yang telah diterimanya tersebut. Hal ini akan menimbulkan ketidakpuasan pada Konsumen. Jika persepsi (*perception*) sama dengan harapan (*expectation*), ($P = E$), Konsumen (Wajib Pajak) akan memberikan suatu tanggapan netral terhadap pelayanan yang telah diterimanya tersebut. Hal ini akan membuat Konsumen cukup puas dengan layanan tersebut. Jika persepsi (*perception*) lebih besar daripada harapan (*expectation*), ($P > E$), Konsumen (Wajib Pajak) akan memberikan suatu tanggapan positif terhadap pelayanan yang telah diterimanya tersebut. Hal ini akan membuat Konsumen merasa sangat puas dengan pelayanan tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas terlihat bahwa perbedaan persepsi dan harapan akan menentukan tingkat kualitas pelayanan wajib pajak yang dibesikan kantor pelayanan pajak Kota Padang.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Deasy Maharani A (2010) tentang adakah kesenjangan antara harapan dan persepsi wajib pajak terhadap pelaksanaan pemeriksaan pajak? dan dengan menggunakan butir-butir pernyataan pada dimensi-dimensi *service quality*, dan memperoleh hasil ada perbedaan antara harapan dan persepsi wajib pajak badan terhadap pelaksanaan pemeriksaan pajak yang dilakukan oleh KPP Surabaya. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hery Setyawan (2003) tentang analisis perbedaan harapan dan persepsi wajib pajak kendaraan bermotor terhadap kualitas pelayanan publik, memperoleh hasil tidak ada perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan. Penelitian sebelumnya masih sangat kontradiktif dalam menilai perbedaan persepsi dan harapan wajib pajak terhadap kualitas pelayanan pajak. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Perbedaan Antara Persepsi Dan Harapan Wajib Pajak Tentang Kualitas Pelayanan *Account Representatif* Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang”**.

G. Identifikasi Masalah

Penelitian ini ditujukan kepada Wajib Pajak Pribadi untuk mengetahui kualitas pelayanan *Account Representatif* Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang. Dimana jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Account Representatif* Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang telah memenuhi harapan Wajib Pajak maka diharapkan akan dapat meningkatkan kepatuhan dalam melunasi pembayaran pajak.

H. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan persepsi dan harapan wajib pajak tentang kualitas pelayanan *account representatif* Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang.

I. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan persepsi dan harapan wajib pajak tentang kualitas pelayanan *account representatif* Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang.

J. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi kantor pelayanan pajak Kota Padang dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh kantor pelayanan pajak Kota Padang.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi oleh masyarakat akan kesadaran dalam membayar pajak yang telah dibebankan.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini bisa digunakan sebagai penambahan wawasan penelitian sehingga penelitian bisa membandingkan antara teori yang diperoleh selama kuliah dan kenyataan di lapangan yang nantinya berguna di dalam pekerjaan selanjutnya dan menambah khasanah ilmu pengetahuan penulis.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pajak

e. Pengertian Pajak

Definisi pajak menurut Soemitro dalam (Resmi, 2009) menyatakan bahwa pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan “*surplus*”-nya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*. Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum”. (Mardiasmo 2008:1). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan 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 bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Unsur-unsur pokok dari definisi di atas, yaitu :

- a. Iuran atau pungutan.
- b. Dipungut berdasarkan undang-undang

- c. Pajak dapat dipaksakan.
- d. Tidak menerima atau memperoleh kontraprestasi.
- e. Untuk membiayai pengeluaran umum pemerintah.

f. Sistem Perpajakan

Sistem pemungutan pajak menurut Ilyas dan Burton (2004) yaitu :

- a. *Official Assesment System* yakni sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemungut pajak (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang harus dibayar (pajak yang terutang) oleh seseorang.
- b. *Semi Self Assessment System* yakni suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada fiskus dan Wajib Pajak untuk menentukan besarnya utang pajak.
- c. *Self Assessment System* yakni suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang penuh kepada Wajib Pajak untuk menghitung, memperhitungkan, menyetorkan, dan melaporkan sendiri besarnya utang pajak.
- d. *Witholding System* suatu sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang kepada pihak ketiga untuk memotong/memungut besarnya pajak terutang.

g. Jenis-Jenis Pajak

Menurut Mardiasmo (2013), adapun jenis-jenis pajak berdasarkan golongan, sifat dan lembaga pemungutnya yaitu :

a) Menurut golongannya

- 1) Pajak langsung, yaitu pajak yang harus dipikul sendiri oleh Wajib Pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain. Contoh : Pajak Penghasilan.
- 2) Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain. Contoh : Pajak Pertambahan Nilai.

b) Menurut sifatnya

- 1) Pajak subjektif, yaitu pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya, dalam arti memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak. Contohnya : Pajak Penghasilan.
- 2) Pajak objektif, yaitu pajak yang berpangkal pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak. Contohnya: Pajak Penjualan atas Barang Mewah.

c) Menurut lembaga pemungutannya

- 1) Pajak pusat, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara. Contohnya: Pajak Pertambahan Nilai.

2) Pajak daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah.

Pajak Daerah terdiri atas :

- a) Pajak Propinsi, contoh : Pajak Kendaraan Bermotor dan Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor.
- b) Pajak Kabupaten/kota, contoh : Pajak Hotel, Pajak Restoran, dan Pajak Hiburan.

h. Fungsi Pajak

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya sebagai sumber pembiayaan dan pembangunan negara. Berdasarkan hal di atas pajak mempunyai beberapa fungsi (Widyaningsih 2011;3) yaitu :

1) Fungsi Penerimaan (*budgeter*)

Pajak berfungsi sebagai sumber dana yang diperuntukkan bagi pembiayaan pengeluaran-pengeluaran pemerintah. Dalam APBN, pajak merupakan sumber penerimaan dalam negeri.

2) Fungsi Mengatur (*regulator*)

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur kebijakan di bidang sosial dan ekonomi. Misalnya PPnBM untuk barang-barang mewah, hal ini diterapkan pemerintah dalam upaya mengatur agar tingkat konsumsi barang-barang mewah dapat dikendalikan.

3) Fungsi Stabilitas

Fungsi ini berhubungan dengan kebijakan untuk menjaga stabilitas harga (melalui dan yang diperoleh dari pajak) sehingga laju inflasi dapat dikendalikan.

4) Fungsi Redistribusi

Dalam fungsi redistribusi, lebih ditekankan unsur pemerataan dan keadilan dalam masyarakat. Fungsi ini terlihat dari adanya lapisan tarif dalam pengenaan pajak.

5) Fungsi Demokrasi Pajak

Dalam fungsi demokrasi merupakan wujud sistem gotong royong. fungsi ini dikaitkan dengan tingkat pelayanan pemerintah kepada masyarakat pembayar pajak.

2. Persepsi

c. Definisi Persepsi

Kata persepsi berasal dari "*perception*" yang artinya penglihatan, tanggapan, daya memahami, atau menanggapi sesuatu (Echols et al, 2003:424). Sedangkan menurut Mangunsuwito (2001:713) dalam Kamus Lengkap Inggris-Indonesia, "*perception*" berarti daya tangkap, daya penglihatan atau pengertian, kesadaran (Wulandari, 2007). Menurut Setiadi, Nugroho.J (2003:159) persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi

dapat juga didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Menurut Hill (dalam Tantrisna, 2006:38) persepsi adalah pandangan terhadap pelayanan yang telah diterima konsumen, sangat memungkinkan bahwa persepsi konsumen tentang pelayanan menjadi berbeda dari kenyataannya karena konsumen tidak mengetahui semua fakta yang ada atau telah salah dalam menginterpretasikan fakta tersebut. Persepsi masing-masing orang berbeda-beda, hal itu disebabkan karena setiap orang menerima, mengorganisasi, dan menerjemahkan informasi dengan caranya masing-masing. Dengan demikian persepsi dapat dinyatakan sebagai proses untuk pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan suatu yang berarti dan merupakan aktifitas yang integrated dan diri individu. Oleh karena itu seluruh pribadi, seluruh yang ada pada diri individu ikut aktif berperan dalam persepsi (Prakarsa, 2014).

d. Indikator Persepsi

Menurut Horovitz (2000:3), indikator persepsi dapat dibentuk melalui beberapa indikator berikut ini, yaitu :

1. Faktor psikologis

Faktor psikologis akan membuat perubahan dalam persepsi konsumen. Perubahan yang dimaksudkan termasuk memori, pengetahuan,

kepercayaan, nilai-nilai yang dianggap konsumen penting dan berguna.

2. Faktor fisik

Faktor ini akan mengubah persepsi konsumen melalui apa yang konsumen lihat dan rasakan. Faktor fisik dapat memperkuat atau malah menghancurkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.

3. *Image* yang terbentuk

Image yang dimaksud disini adalah *image* konsumen terhadap perusahaan atau produk. Lebih lanjut menurut Kotler, Bowen & Markens (1999:263), ketika terjadi persaingan antara 2 merek produk yang sama, konsumen bisa melihat perbedaan melalui *image* dari perusahaan atau merek itu sendiri. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menciptakan *image* yang kuat dan berbeda memerlukan oleh kreativitaas dan kerja keras. *Image* yang sudah tercipta harus didukung oleh segala sesuatu yang dilakukan dan dikatakan oleh perusahaan.

3. Harapan

c. Pengertian Harapan

Menurut Zethaml et al. (1993) yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra (2004:122) mengatakan bahwa harapan/ekspektasi merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk bersangkutan.

Harapan akan timbul saat konsumen memerlukan suatu barang atau jasa. Di saat konsumen belum memerlukan barang atau jasa, maka konsumen tidak akan mengharapkan suatu dari barang atau jasa. Adapun definisi harapan menurut Hill (1992:45) adalah apa yang konsumen pikirkan harus disediakan oleh penyedia jasa. Akan tetapi, harapan bukan merupakan prediksi dari apa yang akan disediakan oleh penyedia jasa. Allen (1998) menyebutkan teori harapan yang dikembangkan oleh *Vroom* yang dikenalkan dengan *Vroom's Expectancy Model* yaitu bahwa pada umumnya manusia memilih salah satu di antara beberapa alternatif perilaku karena manusia tersebut melakukan antisipasi yang secara khusus akan membawanya kepada sesuatu yang tidak diinginkan. Dalam hal ini harapan (*expetancy*) dipercaya sebagai suatu yang diinginkan untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

d. Indikator Harapan

Menurut Horovitz (2000:8), harapan konsumen dapat terbentuk oleh empat indikator berikut ini, yaitu :

1. Kebutuhan

Setiap konsumen yang memiliki kebutuhan selalu berharap agar kebutuhannya dapat dipenuhi oleh produsen sebagai penyedia barang dan jasa. Oleh karena itu produsen harus mengetahui kebutuhan konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga harapannya dapat tercapai.

2. Media masa

Media adalah sarana promosi yang digunakan organisasi untuk bersaing menarik perhatian konsumen dengan memberikan janji-janji pada konsumen. Janji-janji tersebut akan menimbulkan harapan pada konsumen.

3. Pengalaman masa lalu

Jika seseorang konsumen pernah menikmati layanan yang memuaskan di suatu tempat, maka bila lain kali menggunakan layanan yang sama lagi maka konsumen akan mengharapkan pelayanan yang sama seperti yang pernah dialami.

4. Mulut ke mulut (*word of mounth*)

Bila seseorang konsumen yang tidak puas pada pelayanan yang diberikan, konsumen akan menceritakan pengalamannya buruknya pada teman atau relasinya sehingga teman atau relasi dari konsumen itu tidak akan berharap banyak dari pelayanan yang akan disajikan atau dengan kata lain tidak akan mencoba menggunakan pelayanan tersebut nantinya. Sebaliknya, bila konsumen sudah merasa puas akan pelayanan yang diberikan, maka mereka akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada teman atau relasinya sehingga teman atau relasi ini akan menggunakan pelayanan tersebut dan berharap mendapat pengalaman yang menyenangkan juga.

4. Hubungan Antara Persepsi dan Harapan

Hubungan antara persepsi dan harapan dapat menentukan kepuasan konsumen terhadap produk ataupun jasa yang diterimanya. Tjiptono dan Chandra (2004:20) mengemukakan kesesuaian antara persepsi dan harapan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Jika persepsi (*perceived performance*) lebih kecil dari pada harapan (ekspektasi) ($P < E$), maka konsumen memberikan suatu anggapan negatif terhadap pelayanan yang telah diterimanya tersebut. Hal ini menimbulkan suatu ketidakpuasan dari konsumen.
- b. Jika persepsi (*perceived performance*) sama dengan harapan (ekspektasi) ($P = E$), maka konsumen memberikan suatu anggapan netral sesuai dengan pelayanan yang telah diterimanya tersebut. Hal ini akan membuat konsumen cukup puas dengan pelayanan yang diterimanya.
- c. Jika persepsi (*perceived performance*) lebih besar dari harapan (ekspektasi) ($P > E$), maka konsumen memberikan suatu anggapan positif terhadap pelayanan yang telah diterimanya tersebut. Hal ini akan membuat konsumen sangat puas dengan pelayanan yang diterimanya.

5. *Account Representatif (AR) Pajak*

f. *Pengertian Account Representatif (AR)*

Definisi *Account representatif (AR)* menurut Peraturan Menteri Keuangan No. 79/PMK.01/2015 merupakan pegawai yang diangkat dan ditetapkan sebagai *Account Representative* pada Kantor Pelayanan Pajak.

Account Representative (AR) pajak adalah aparat pajak yang berada di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) yang telah melaksanakan sistem administrasi modern dan bertugas untuk memberikan pelayanan, pengawasan dan pengarahan secara langsung kepada sejumlah wajib pajak tertentu yang telah ditugaskan kepada *Account Representative (AR)* tersebut. Setiap *Account Representative (AR)* pajak melayani beberapa wajib pajak yang harus diawasi dan diarahkan (Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 98/KMK.01/2006). Penugasan *Account Representative (AR)* pajak dilakukan berdasarkan jenis usaha sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja serta profesionalisme karena pelaksanaan pekerjaan lebih terfokus.

g. Pembagian *Account Representatif (AR)*

Menurut Peraturan Menteri Keuangan No. 79/PMK.01/2015

Account Representative terdiri dari ;

1. *Account Representative* yang menjalankan fungsi pelayanan dan konsultasi Wajib Pajak.

Account Representative yang menjalankan fungsi pelayanan dan konsultasi Wajib Pajak mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Melakukan proses penyelesaian permohonan Wajib Pajak.
- b. Melakukan proses penyelesaian usulan pembetulan ketetapan pajak.

- c. Melakukan bimbingan dan konsultasi teknis perpajakan kepada Wajib Pajak.
 - d. Melakukan proses penyelesaian usulan pengurangan Pajak Bumi dan Bangunan.
2. *Account Representative* yang menjalankan fungsi pengawasan dan penggalian potensi Wajib Pajak.

Account Representative yang menjalankan fungsi pengawasan dan penggalian potensi Wajib Pajak mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Melakukan pengawasan kepatuhan kewajiban perpajakan Wajib Pajak.
- b. Menyusun profil Wajib Pajak.
- c. Analisis kinerja Wajib Pajak.
- d. Rekonsiliasi data Wajib Pajak dalam rangka intensifikasi dan himbauan kepada Wajib Pajak.

h. Kualitas Pelayanan *Account Representatif* (AR)

Kualitas layanan pada dasarnya merupakan kesesuaian antara pelayanan yang dirasakan dengan harapan masyarakat. Kesesuaian kedua hal tersebut akan menunjukkan tingkat kepuasan masyarakat, sehingga dengan demikian dapat dikatakan bila mengetahui kualitas layanan berarti dapat diketahui kepuasan masyarakat. Menurut Tjiptono (2000) kualitas adalah standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, cara

kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Berkualitas mempunyai arti memuaskan kepada pihak yang dilayani, baik internal maupun eksternal dalam arti optimal pemenuhan atas tuntutan masyarakat atau dalam hal ini adalah wajib pajak) sedangkan pelayanan menurut Hasibuan (2002) pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerima.

Menurut Supranto (2001:228) kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik, aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Sedangkan Tjiptono (2005) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dari beberapa penjelasan diatas maka dapat didefinisikan bahwa kualitas pelayanan *account representatif (AR)* adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh wajib pajak untuk memenuhi keinginan dari wajib pajak tersebut.

i. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan *Account Representatif (AR)*

Menurut Supranto (2001:230) model kualitas pelayanan mengidentifikasi lima faktor yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa yaitu:

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.
Manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan mitra kerja.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa.
Manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan mitra kerja, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa
para personel mungkin tidak terlatih dan tidak mampu memenuhi standar.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan organisasi.
5. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan terjadi
bila konsumen mengukur kinerja organisasi dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.

j. Indikator Kualitas Pelayanan *Account Representatif (AR)*

Menurut Tjiptono (2005) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan/instansi dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan/instansi dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan suatu perusahaan/instansi untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, kinerja harus sesuai dengan harapan mitra kerja yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua mitra kerja tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada mitra kerja, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan/instansi untuk menumbuhkan rasa percaya para mitra kerja kepada perusahaan/instansi. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas, (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para mitra kerja dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan/instansi diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang mitra kerja, memahami kebutuhan mitra kerja secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi mitra kerja.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah :

1. Deasy Maharani A (2010), melakukan penelitian tentang “adakah kesenjangan antara harapan dan persepsi wajib pajak terhadap pelaksanaan pemeriksaan pajak ?” dan dengan menggunakan butir-butir pernyataan pada dimensi-dimensi *service quality*, dan memperoleh hasil ada perbedaan antara harapan dan persepsi wajib pajak badan terhadap pelaksanaan pemeriksaan pajak yang dilakukan oleh KPP Surabaya.
2. Bagasworo, Johanes Tri and Napitupulu, Ferdinand (2004), melakukan penelitian tentang “analisis perbedaan harapan dan persepsi konsumen

terhadap kualitas pelayanan karyawan hotel-villa Ciputra Surabaya” dan memperoleh hasil terdapat perbedaan secara signifikan antara harapan dan persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan menggunakan 6 indikator layanan.

3. Hery Setyawan (2003), melakukan penelitian tentang “analisis perbedaan harapan dan persepsi wajib pajak kendaraan bermotor terhadap kualitas pelayanan publik, memperoleh hasil tidak ada perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan.
4. Prakarsa (2014) melakukan penelitian tentang perbedaan persepsi dan harapan wajib pajak badan tentang kualitas pelayanan pajak di Kota Padang. Hasil yang diperoleh membuktikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi dan harapan wajib pajak badan tentang kualitas pelayanan pajak Kota Padang. Persepsi Wajib Pajak Badan terhadap kualitas pelayanan pajak terbukti lebih rendah dibandingkan harapan.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan penelitian sebelumnya, menurut Horovitz (2000:3) indikator yang dipakai dalam variabel persepsi adalah faktor psikologis, faktor fisik, dan *Image* yang terbentuk. Menurut Horovitz (2000:8), variabel harapan konsumen dapat terbentuk oleh empat indikator yaitu kebutuhan, media masa, pengalaman masa lalu, dan mulut ke mulut (*word of mounth*). Menurut Tjiptono (2005) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan *account representative* adalah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan

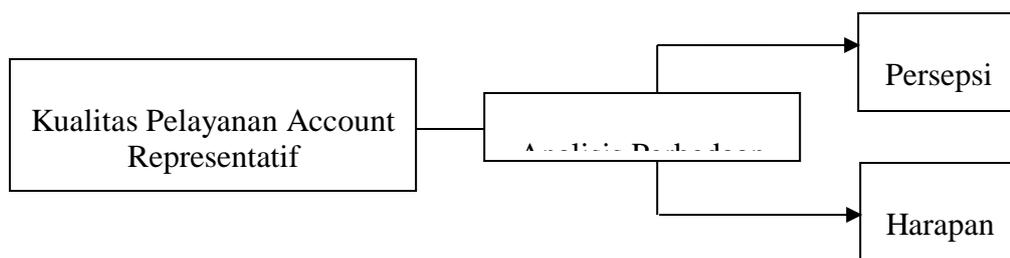
empathy. Beberapa faktor tersebut tersebut menyebabkan terjadinya perbedaan persepsi dan harapan antara wajib pajak dalam kaitannya menilai kualitas pelayanan *account representative* pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang. Dalam penelitian ini akan diteliti apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi dan harapan wajib pajak terhadap kualitas pelayanan *account representative* pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang. Dengan mengacu pada pendapat Lovelock, Patterson, dan Walker (2001:92) yang mengemukakan bahwa :

1. Jika persepsi (*perception*) lebih kecil daripada harapan (*expectation*), ($P < E$), artinya konsumen tidak puas.
2. Jika persepsi (*perception*) sama dengan harapan (*expectation*), ($P = E$), artinya konsumen cukup puas.
3. Jika persepsi (*perception*) lebih besar daripada harapan (*expectation*), ($P > E$), artinya konsumen sangat puas.

Maka secara sederhana, kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan pada gambar 2.1 berikut ini, yaitu :

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



Sumber : Lovelock, Patterson, dan Walker (2001:92)

D. Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Prakarsa yang menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi dan harapan wajib pajak badan tentang kualitas pelayanan pajak Kota Padang. Persepsi Wajib Pajak Badan terhadap kualitas pelayanan pajak terbukti lebih rendah dibandingkan harapan. Penelitian sebelumnya yang juga dilakukan oleh Ferdinand (2004), memperoleh hasil terdapat perbedaan secara signifikan antara harapan dan persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan menggunakan 6 indikator layanan. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H : Terdapat perbedaan persepsi dan harapan wajib pajak tentang kualitas pelayanan *account representatif* Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang.

BAB V

PENUTUP

D. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan :

- 1 Berdasarkan uji *pair sample T test* dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan wajib pajak orang pribadi tentang kualitas pelayanan *account representative* dalam hal *assurance* (jaminan) pajak di Kota Padang karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
- 2 Berdasarkan uji *pair sample T test* dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan wajib pajak orang pribadi tentang kualitas pelayanan *account representative* dalam hal *reliability* (keandalan) pajak di Kota Padang karena nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$.
- 3 Berdasarkan uji *pair sample T test* dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan wajib pajak orang pribadi tentang kualitas pelayanan *account representative* dalam hal *tangibles* (bukti fisik) pajak di Kota Padang karena nilai signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$.
- 4 Berdasarkan uji *pair sample T test* dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan wajib pajak orang pribadi tentang kualitas pelayanan *account representative* dalam hal *empathy* (empati) pajak di Kota Padang karena nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$.

- 5 Berdasarkan uji *pair sample T test* dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara persepsi dan harapan wajib pajak orang pribadi tentang kualitas pelayanan *account representative* dalam hal *responsiveness* (daya tanggap) pajak di Kota Padang karena nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

E. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang ada, terdapat beberapa saran agar penelitian selanjutnya lebih sempurna. Adapun saran-saran tersebut adalah :

- a. Sebaiknya pemerintah harus memperhatikan lagi kualitas pelayanan *account representative* di kantor pelayanan pajak karena wajib pajak orang pribadi masih belum puas dalam pelayanan yang diberikan.
- b. Tingginya perbedaan antara persepsi dan harapan tentang kualitas pelayanan *account representative* mengindikasikan harus adanya perbaikan secara menyeluruh tentang kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh *account representative* agar tercipta suasana dan kenyamanan pelayanan yang lebih baik dan diinginkan oleh wajib pajak orang pribadi.
- c. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya menggunakan indikator lain selain dari indikator yang terdapat dalam penelitian ini seperti menggunakan indikator lain terkait instansi pemerintahan yang menggunakan undang-undang.

F. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, antara lain :

- a. Penelitian ini hanya terbatas pada satu kantor pelayanan pajak saja sehingga belum mewakili kantor pelayanan pajak yang lainnya secara keseluruhan karena jumlah kantor pelayanan pajak sangat banyak.
- b. Penelitian ini mengambil sampel secara acak dimana peneliti menemuinya hanya ketika penyebaran koesioner saja sehingga belum mewakili perasaan masyarakat secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Mubair. (2011). Permasalahan Belajar dan Inovasi Pembelajaran : Panduan Untuk Guru, Konselor, Psikolog, Orang Tua, dan Tenaga Keguruan. Bandung: Refika Aditama
- Annisa Gama Widjaya. (2011). Studi Evaluasi Kepatuhan Wajib Pajak Sebelum Dan Sesudah Reformasi Perpajakan 2008 Dan Implikasinya Terhadap Penerimaan Pajak Pada KPP Pratama Kota Semarang di Lingkungan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Tengah I. Semarang: Universitas Diponegoro
- Budihardjo, Otto. (2014). Analisis Persepsi Wajib Pajak Pemilik Umkm Terhadap Penetapan Kebijakan Pajak Penghasilan Final Sesuai Peraturan Pemerintah No. 46 Tahun 2013. (Studi Pada KPP Pratama Malang Utara). Universitas Brawijaya. Malang
- Echols M. John dan Shadily Hasan. (2003). Kamus Inggris Indonesia. Jakarta; Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang: Semarang.
- Hardijanto. (2000). Kebijakan Pembinaan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Aparatur Menghadapi Otonomi Daerah.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2002). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara. Jakarta.

Horovitz, J. (2000). *Seven Secrets of Service Strategy*. Great Britain: Prentice Hall.

Ikhsan, Budi R. (2007). *Kajian Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis dan Sektor Publik (JAMBSP)*

Ilyas, Wirawan B dan Richard Burton. (2004). *Hukum Pajak*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat,

Kartawan dan Dedi Kusmayadi. (2002). *Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Badan Mengenai Undang-Undang Pajak Penghasilan Terhadap Pelaksanaan Sistem Self Assessment pada BUMS dan BUMD Kantor Pelayanan Pajak Tasikmalaya. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, No. 2 Jilid 7: 108–116.*

Mangunsuwito. (2011). *Kamus Lengkap Seri Siswa Inggris-Indonesia Indonesia-Inggris*. Bandung : Yrama Widya

Mardiasmo. (2008). *Perpajakan*. Yogyakarta: ANDI.

Mardiasmo. (2013). *Perpajakan Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Nugroho. J. Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 79/PMK. 01/2015 tentang *Account Representative*

- Prakarsa, M.Gilang. (2014). Perbedaan Persepsi dan Harapan Wajib Pajak Badan Tentang Kualitas Pelayanan Pajak Di Kota Padang. Padang. Universitas Negeri Padang.
- Siti, Kurnia Rahayu. (2010). Perpajakan Indonesia: Konsep & Aspek Formal. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Resmi, Siti. (2009). Perpajakan: Teori dan Kasus Buku 1, Edisi 5, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Rinike Cipta. Jakarta.
- Tantrisna, C dan Prawitasari, K. (2006). Analisa Harapan dan Persepsi Penumpang Terhadap Kualitas Makanan yang Disediakan Oleh Maskapai Penerbangan Domestik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. No.1 (vol.2), p. 36-46.
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Chandra. (2005). *Service, Quality dan Satisfaction*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan
- Widyaningsih, Aristanti. (2011). *Hukum Pajak dan Perpajakan*. Bandung: Alfabeta.

Wijaya, Indra. (2000). Perilaku Organisasi. Jakarta: Sinar Baru Algesindo.

Wulandari, T. (2007). Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Program Keluarga Berencana, laporan penelitian dosen muda (Pendidikan Sejarah).