PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi Vol. 8 No. 4, Oktober 2025
e-ISSN : 2622-6383

Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor yang Menggunakan Aplikasi *E-Samsat Delivery*

Sarifudin [1*] Samsudin [2] Sumarni [3]
uddinsarif6@gmail.com [1*], samsudin@stieyapisdompu.ac.id [2*] ,sumarni@stieyapisdompu.ac.id [3*]

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia [1]
Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia [2]
Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia [3]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengkajian secara ilmiah dan berbasis data mengenai seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap perilaku kepatuhan para wajib pajak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengguna layanan *e-samsat delivery* di wilayah Kabupaten Dompu yang berjumlah 520 populasi. Sampel yang digunakan adalah calculator sample siza degan tingkat error 10%. sehingga diperoleh sampel sebanyak 82 orang. Data yang diperoleh melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dengan uji keabsahan data melaluli, uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik melalui, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji hipotesis melalui, uji t, dan determinasi R2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang menggunakan Aplikasi E-Samsat Delivery. Nilai t hitung sebesar 9,734 lebih besar daripada t tabel 1,664 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05, sehingga hipotesis alternatif penelitian diterima.

Kata Kunci: *E-Service Quality;* Wajib Pajak Kendaraan Bermotor; E-Samsat Delivery.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Pendahuluan

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi informasi telah memberikan pengaruh signifikan terhadap penyelenggaraan layanan publik di Indonesia. Pemerintah terus mendorong berbagai inovasi untuk mengalihkan layanan konvensional menjadi layanan berbasis elektronik (*e-service*). Transformasi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, serta mutu pelayanan kepada masyarakat, sejalan dengan agenda reformasi birokrasi yang mengedepankan prinsip kecepatan, keterbukaan, dan akuntabilitas. Salah satu sektor yang menjadi fokus utama digitalisasi adalah perpajakan. Sebagai wujud inovasi, diluncurkanlah aplikasi E-Samsat Delivery, sebuah sistem pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB) secara daring yang disertai dengan layanan pengantaran dokumen pajak ke alamat wajib pajak (Purnama et al., 2023). Inisiatif ini dirancang secara khusus untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, dan mengatasi hambatan-hambatan klasik seperti antrean panjang dan keterbatasan waktu, yang pada akhirnya diharapkan dapat mendorong kepatuhan masyarakat dalam menjalankan kewajiban perpajakannya.

Kunci keberhasilan dari layanan digital seperti E-Samsat Delivery terletak pada kualitas layanan elektroniknya (*e-service quality*). Konsep ini merupakan pengembangan

dari kualitas layanan konvensional yang diterapkan pada platform digital. Menurut (Zeithaml et al. 2000), *e-service quality* diartikan sebagai tingkat keunggulan layanan yang dialami pengguna saat berinteraksi dengan sistem, yang mencakup aspek efisiensi, keandalan, keamanan privasi, dan kecepatan respons. Dalam konteks layanan publik, persepsi masyarakat terhadap mutu layanan ini sangat krusial karena memengaruhi tingkat kepuasan dan kepercayaan mereka untuk terus menggunakan sistem tersebut (Aladwani, 2006). Di sisi lain, kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor menjadi variabel sentral yang ingin dicapai. Kepatuhan merupakan manifestasi dari perilaku sukarela seorang individu dalam memenuhi kewajiban pajaknya sesuai peraturan yang berlaku (Andreoni et al., 1998). Tingkat kepatuhan PKB menjadi tolok ukur penting keberhasilan kebijakan fiskal daerah, mengingat kontribusinya yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Namun, fenomena di lapangan menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan masih menjadi tantangan besar, disebabkan oleh berbagai faktor seperti rendahnya kesadaran, keterbatasan akses, hingga minimnya kepercayaan terhadap sistem administrasi pajak.

Untuk menjelaskan bagaimana kualitas layanan dapat memengaruhi perilaku, penelitian ini mengacu pada Grand Theory *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (2014, dalam Conner, 2020). Teori ini menyatakan bahwa niat berperilaku (dalam hal ini, niat untuk patuh membayar pajak) ditentukan oleh tiga faktor: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Kualitas layanan E-Samsat Delivery yang tinggi seperti kemudahan dan keamanan dapat membentuk sikap positif wajib pajak. Hal ini, didukung oleh norma sosial untuk taat pajak dan keyakinan bahwa mereka mampu menggunakan aplikasi tersebut, akan memperkuat niat dan mendorong perilaku patuh yang sebenarnya. Landasan teori utama kedua yang digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) dari (Davis, 1989). TAM menjelaskan bahwa penerimaan pengguna terhadap sebuah teknologi ditentukan oleh dua persepsi utama: *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Kualitas *e-service* yang baik pada aplikasi E-Samsat Delivery akan secara langsung membentuk kedua persepsi ini. Jika aplikasi dianggap bermanfaat untuk menghemat waktu (usefulness) dan mudah dioperasikan (ease of use), maka wajib pajak akan mengembangkan sikap positif, yang kemudian memunculkan niat untuk menggunakan dan pada akhirnya mewujud dalam perilaku kepatuhan membayar pajak.

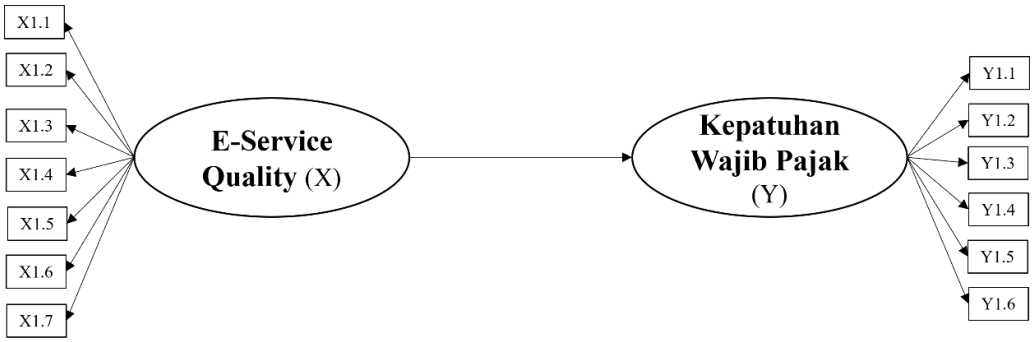
Penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan hubungan yang kompleks antara layanan digital dan kepatuhan. Studi oleh (Rusli, 2018) dan (Anggara, 2021) menemukan bahwa kualitas layanan e-Samsat berpengaruh positif terhadap kepatuhan. Namun, penelitian lain oleh (Maghfira et al. 2023) memperlihatkan bahwa penerapan e-Samsat belum tentu efektif jika tidak didukung oleh sosialisasi yang memadai dan infrastruktur teknis yang stabil. Temuan yang bervariasi ini mengindikasikan bahwa keberhasilan digitalisasi layanan pajak tidak terjadi secara otomatis, melainkan sangat bergantung pada persepsi kualitas yang dirasakan oleh penggunanya. Dari penelusuran literatur tersebut, teridentifikasi adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang relevan untuk diisi. Sebagian besar kajian sebelumnya berfokus pada e-Samsat versi reguler atau e-filing secara umum, tanpa memberikan perhatian khusus pada inovasi layanan seperti E-Samsat Delivery yang memiliki fitur unik pengantaran dokumen. Masih terbatasnya studi yang secara spesifik meneliti pengaruh *e-service quality* terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dalam konteks aplikasi baru ini menjadi celah riset yang signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis dan menguji secara empiris sejauh mana kualitas layanan elektronik

(*e-service quality*) berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang secara spesifik memanfaatkan aplikasi E-Samsat Delivery. Kajian ini tidak hanya diperlukan untuk memperkuat landasan teoretis dalam literatur perpajakan digital, tetapi juga sebagai bahan evaluasi strategis dalam upaya penyempurnaan sistem E-Samsat di masa depan. Melalui pemetaan celah riset dan tujuan yang telah dirumuskan, penelitian ini menjadi penting untuk dilaksanakan. Hasil temuan diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi para pembuat kebijakan, khususnya pemerintah daerah dan tim pengembang layanan, dalam merancang strategi optimalisasi layanan pajak digital. Pada akhirnya, studi ini akan memberikan bukti ilmiah mengenai peran krusial kualitas layanan dalam membangun kepercayaan dan mendorong partisipasi aktif masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakannya di era digital.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel e-service quality dan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang menggunakan layanan E-Samsat Delivery. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai untuk mengukur dan mengevaluasi pengaruh antarvariabel secara terstruktur dan objektif melalui data numerik (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengguna layanan E-Samsat Delivery di wilayah Kabupaten Dompu yang berjumlah 520 populasi. Sampel yang digunakan adalah 82 orang, yang dihitung menggunakan calculator sample siza pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data dari pengguna aktif secara langsung (Sugiyono, 2018).

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert lima tingkat yaitu 1-5, untuk mengukur tanggapan responden terhadap variabel kualitas layanan elektronik (e-service quality) dan kepatuhan wajib pajak. Data yang diperoleh melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier sederhana $Y = a + \beta x + e$, dengan uji keabsahan data melaluli, uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik melalui, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji hipotesis melalui, uji t, dan determinasi R2, guna mengetahui seberapa besar pengaruh langsung dari variabel bebas terhadap variabel terikat.



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Sumber: *Peneliti 2025*

Hipotesis

H_a : *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor yang menggunakan Aplikasi *E-Samsat Delivery*.

H_o : *E-Service Quality* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor yang menggunakan Aplikasi *E-Samsat Delivery*.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Pada bagian ini disajikan hasil penelitian terkait pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor pengguna aplikasi *E-Samsat Delivery*. Data yang diperoleh telah melalui tahapan pengolahan dan analisis sesuai dengan metode penelitian yang dirancang sebelumnya. Penyajian hasil mencakup deskripsi variabel, pengujian instrumen penelitian, serta uji hipotesis yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Dengan demikian, uraian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran kualitas layanan elektronik dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui pemanfaatan aplikasi *E-Samsat Delivery*.

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-Service Quality	82	20	35	28,15	3,414
Kepatuhan Wajib Pajak	82	12	30	24,13	3,150
Valid N (listwise)	82				

Sumber: *Hasil Perhitungan SPSS 23. (2025)*

Berdasrkan tabel 1, hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* dengan total responden sebanyak 82 orang memiliki nilai minimum 20 dan maksimum 35, dengan rata-rata 28,15 serta standar deviasi 3,414. Data ini menggambarkan bahwa kualitas layanan elektronik yang dirasakan responden berada pada tingkat yang relatif tinggi dengan variasi jawaban yang tidak terlalu besar. Sementara itu, variabel kepatuhan wajib pajak dengan jumlah responden yang sama memiliki nilai minimum 12 dan maksimum 30, dengan nilai rata-rata 24,13 serta standar deviasi 3,150. Hal ini menandakan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak berada pada kategori cukup tinggi dengan sebaran data yang relatif kecil. Secara keseluruhan, kedua variabel tersebut menunjukkan tren positif, sehingga dapat dijadikan landasan yang kuat dalam melakukan analisis lebih lanjut terkait hubungan antarvariabel penelitian.

Tabel 2. Uji Validitias

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
E-Service Quality (X)			
X_1	0,654	0,2172	Valid
X_2	0,723	0,2172	Valid
X_3	0,754	0,2172	Valid
X_4	0,729	0,2172	Valid
X_5	0.620	0,2172	Valid
X_6	0,816	0,2172	Valid
X_7	0,644	0,2172	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)			
Y_1	0,705	0,2172	Valid
Y_2	0,812	0,2172	Valid
Y_3	0,693	0,2172	Valid
Y_4	0,749	0,2172	Valid
Y_5	0,671	0,2172	Valid
Y_6	0,486	0,2172	Valid

Sumber: *Hasil Perhitungan SPSS 23. (2025)*

Berdasarkan tabel 2 hasil uji validitas, seluruh indikator pada variabel *E-Service Quality* (X) maupun Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,2172. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam instrumen penelitian memiliki keterkaitan yang signifikan dengan skor total dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur.

Tabel 3. Uji Reliablitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Sdr. Min.	Ket.
E-Service Quality (X)	0,826	≥ 0,60	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,774	≥ 0,60	Reliabel

Sumber: *Hasil Perhitungan SPSS 23. (2025)*

Berdasarkan tabel 3 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen pada kedua variabel penelitian memiliki tingkat keandalan yang memadai. Nilai Cronbach's Alpha pada variabel *e-service quality* (X) sebesar 0,826 dan variabel kepatuhan wajib pajak (Y) sebesar 0,774, keduanya lebih tinggi daripada standar minimum 0,60. Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap item dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang kuat, sehingga dapat digunakan secara tepat dalam tahap analisis selanjutnya.

Tabel 4. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters[a,b]	Mean	1,0576388
	Std. Deviation	,74565471
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,080
	Negative	-,077
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[C]

1. Test distribution is Normal.
2. Calculated from data.
3. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Hasil Perhitungan SPSS 23. (2025)*

Berdasarkan tabel 4 hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas. Karena asumsi normalitas telah terpenuhi, analisis regresi dapat dilanjutkan tanpa adanya indikasi pelanggaran terhadap syarat tersebut.

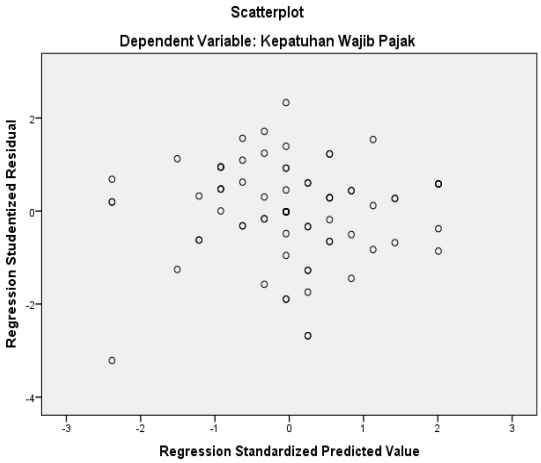
Tabel 5. Uji Multikoleniaritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,015	1,978		2,535	,013		
	E-Service Quality	,679	,070	,736	9,734	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: *Hasil Perhitungan SPSS 23. (2025)*

Berdasarkan tabel 5 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel *e-service* quality memiliki nilai Tolerance sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000. Nilai ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada variabel bebas, karena syarat yang dipenuhi adalah Tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: *Hasil Perhitungan SPSS 23. (2025)*

Berdasarkan Gambar 2 hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode scatterplot, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, seperti gelombang, atau menyempit, di sekitar angka 0 pada sumbu Y. Sebaran data yang acak ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada model regresi ini. Varians residual bersifat seragam atau tetap. Karena asumsi klasik homoskedastisitas telah terpenuhi, maka model regresi dinyatakan valid serta dapat digunakan secara tepat untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 6. Hasil Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,015	1,978		2,535	,013
	E-Service Quality	,679	,070	,736	9,734	,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: *Hasil Perhitungan SPSS 23. (2025)*

$$Y = \alpha + \beta x + e$$

$$Y = 5{,}015 + 0{,}679X + 1{,}978$$

Berdasarkan tabel 6 penjelasan Hasil Uji Regresi Linier Sederhana:

1. Nilai konstanta (intersep) sebesar 5,015 artinya jika variabel *e-service quality* (X) bernilai 0, maka kepatuhan wajib pajak (Y) diperkirakan sebesar 5,015. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tidak ada kontribusi dari *e-service quality*, kepatuhan wajib pajak tetap berjalan pada tingkat dasar sebesar 5,015 satuan.
2. Variabel *e-service quality* (X) memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,679, artinya jika *e-service quality* meningkat 1 kesatuan, maka kepatuhan wajib pajak (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,679 satuan.
3. Nilai Standar Error sebesar 1,978 menunjukkan rata-rata kesalahan prediksi model terhadap nilai aktual. Semakin kecil nilai ini, semakin akurat model dalam memprediksi variabel dependen.

Tabel 7. Koefisien Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736[a]	,542	,536	2,144

a. Predictors: (Constant), E-Service Quality

Sumber: *Hasil Perhitungan SPSS 23. (2025)*

Berdasrkan tabel 7 hasil analisis koefisien determinasi r-square menunjukkan bahwa nilai Adjusted R-Square sebesar 0,536. Artinya, variabel independen *e-service quality* mampu memberikan kontribusi dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen kepatuhan wajib pajak sebesar 53,6%, sementara 46,4% sisanya dari (100% kepatuhan wajib pajak) dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini seperti kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan, dan prosedur perpajakan yang bisa memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Besarnya nilai Adjusted R-Square ini menegaskan bahwa kualitas layanan elektronik berperan signifikan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan dinilai memiliki daya prediksi yang cukup baik, meskipun masih terdapat variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepatuhan wajib pajak namun belum terakomodasi dalam penelitian ini.

Tabel 8. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,015	1,978		2,535	,013
	E-Service Quality	,679	,070	,736	9,734	,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak
Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 23. (2025)

Berdarkan tabel 8 hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 9,734 ≥ t tabel yaitu 1,664 diperoleh dari df N-2 82-2=80 dengan tingkat signifikansi 0,000 ≤ 0,05. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai koefisien regresi yang positif sebesar 0,679 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit pada *e-service quality* akan mendorong kenaikan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,679 unit. Dengan kata lain, semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak. Temuan ini menegaskan bahwa mutu layanan digital berperan krusial dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat terhadap kewajiban perpajakan.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, diperoleh nilai t hitung sebesar 9,734 yang jauh lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,664 pada taraf signifikansi 5%. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini memperkuat bukti bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Oleh karena itu, hipotesis alternatif dalam penelitian ini diterima, yakni terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *e-service quality* terhadap kepatuhan wajib pajak. Koefisien regresi positif sebesar 0,679 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam *e-service quality* akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,679 satuan. Artinya, semakin baik mutu layanan digital yang diberikan baik dari segi kemudahan akses, kecepatan transaksi, maupun keandalan sistem semakin tinggi pula tingkat kepatuhan masyarakat dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal ini menegaskan bahwa pengalaman wajib pajak dalam menggunakan layanan digital berkontribusi langsung terhadap kesediaan mereka untuk patuh pada aturan perpajakan. Dalam penelitian ini, indikator *e-service quality* meliputi aspek keandalan sistem, kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, serta kualitas informasi yang disajikan. Ketika wajib pajak merasa aplikasi atau sistem layanan pajak digital mudah dipahami, aman, dan efisien, maka kepercayaan terhadap layanan meningkat, sehingga mendorong kepatuhan. Sebaliknya, apabila layanan dirasakan lambat, rumit, atau rawan error, maka dapat menurunkan motivasi wajib pajak untuk mematuhi kewajiban mereka.

Secara teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh (Davis, 1989), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan

(*perceived ease of use*) dan kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan faktor utama dalam mendorong adopsi teknologi. Dalam konteks perpajakan, ketika wajib pajak menilai bahwa layanan digital bermanfaat dan mudah digunakan, maka penerimaan terhadap teknologi meningkat, yang pada gilirannya mendorong kepatuhan pajak.

Selain itu, temuan ini juga relevan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh (Conner, 2020). Menurut TPB, perilaku individu ditentukan oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Dalam penelitian ini, kualitas layanan elektronik yang baik akan membentuk sikap positif wajib pajak terhadap kepatuhan, mendorong norma subjektif melalui pengaruh lingkungan sosial yang menganggap kepatuhan sebagai kewajiban bersama, serta memperkuat perceived behavioral control karena wajib pajak merasa lebih mudah dan mampu untuk melaksanakan kewajibannya melalui sistem digital yang efisien. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan elektronik tidak hanya memengaruhi kenyamanan teknis, tetapi juga memperkuat faktor psikologis dan sosial yang mendasari perilaku kepatuhan wajib pajak sebagaimana dijelaskan dalam TPB.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian terdahulu, misalnya studi oleh (Rusli, 2018), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan digital mampu mendorong perilaku patuh pengguna terhadap kewajiban perpajakan. Penelitian oleh (Anggara, 2021), yang menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan e-Samsat berpengaruh langsung terhadap kepatuhan mereka dalam membayar pajak kendaraan. Begitu pula dengan penelitian oleh (Maghfira et al. 2023), yang memperlihatkan bahwa penerapan layanan e-Samsat belum berpengaruh untuk meningkatkan kepatuhan masyarakat membayar pajak kendaraan bermotor. Hal ini menegaskkan bahwa semakin baik kualitas *e-service quality* yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak. Peningkatan mutu layanan digital dalam sistem perpajakan bukan hanya soal efisiensi administrasi, melainkan juga strategi penting untuk membangun kepercayaan masyarakat, meningkatkan kepatuhan, serta memperkuat penerimaan negara dari sektor pajak.

Simpulan dan Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang menggunakan Aplikasi E-Samsat Delivery. Nilai t hitung sebesar 9,734 lebih besar daripada t tabel 1,664 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05, sehingga hipotesis alternatif penelitian diterima. Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban pembayaran pajak kendaraan bermotor. Temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menekankan pentingnya persepsi kemudahan, kegunaan, serta kontrol perilaku dalam membentuk sikap dan niat untuk berperilaku patuh. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan digital berperan strategis dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak serta mendukung modernisasi sistem perpajakan.

Pihak pengelola diharapkan terus meningkatkan mutu layanan digital, khususnya pada aspek kecepatan transaksi, keandalan sistem, keamanan data, dan kemudahan penggunaan. Pembaruan sistem secara berkala dan perbaikan fitur antarmuka pengguna perlu dilakukan agar wajib pajak merasa lebih nyaman, aman, dan percaya dalam menggunakan aplikasi. Hasil penelitian ini mendukung teori TAM dan TPB dalam menjelaskan pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap perilaku kepatuhan pajak. Namun, pengembangan teori dapat diarahkan pada integrasi kedua pendekatan tersebut dengan menambahkan faktor-faktor lain seperti kepercayaan terhadap pemerintah, persepsi keadilan pajak, maupun pengaruh norma sosial, sehingga model teoretis menjadi lebih komprehensif. Penelitian mendatang disarankan untuk

memasukkan variabel lain di luar E-Service Quality, misalnya pengetahuan perpajakan, sanksi pajak, sosialisasi, dan tingkat pendapatan wajib pajak, agar dapat memberikan gambaran lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak. Selain itu, penggunaan pendekatan metode campuran (kuantitatif dan kualitatif) juga akan memperkaya hasil penelitian dengan menampilkan sudut pandang pengalaman wajib pajak secara lebih mendalam.

Referensi

Abdullah, S. W., Tuli, H., & Pakaya, L. (2022). Pengaruh kesadaran dan pemahaman pajak terhadap kepatuhan wajib Pajak Bumi dan Bangunan. *Jambura Accounting Review*, *3*(2), 116–128.

Ajzen, I. (2014). Attitude structure and behavior. In Attitude structure and function (pp. 241–274). Psychology Press.

Aladwani, A. M. (2006). An empirical test of the link between web site quality and forward enterprise integration with web consumers. Business Process Management Journal, 12(2), 178–190.

Amanda, F., Optapia, I., & Gustiana, Y. (2024). Literature Review Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Pada UMKM di Pulau Jawa. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Akuntansi, 4, 394–412.

Andreoni, J., Erard, B., & Feinstein, J. (1998). Tax compliance. Journal of Economic Literature, 36(2), 818–860.

Anggara, S. G. (2021). PEMAHAMAN INTERNET MEMODERASI PENGARUH SAKPOLE (SISTEM ADMINISTRASI KENDARAAN PAJAK ONLINE) TERHADAPKEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR (Studi Kasus pada Wajib Pajak di SAMSAT 1 Kota Semarang). Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Antika, F. N., Budiman, N. A., & Mulyani, S. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kabupaten Kudus Selama Pandemi Covid–19. Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi, 5(1), 408–417.

Conner, M. (2020). Theory of planned behavior. Handbook of Sport Psychology, 1–18.

Davis, F. D. (1989). Technology acceptance model: TAM. Al-Suqri, MN, Al-Aufi, AS: Information Seeking Behavior and Technology Adoption, 205(219), 5.

Harsono, I., Mendrofa, S. A., Waruwu, R. M. P., Rela, I. Z., Anggraini, Y., Mirnayanti, S., Andriani, C., Isma, A., Nugraha, J. P., & Susanto, A. J. (2024). Manajemen Sumber Daya Manusia Era Metaverse. MEGA PRESS NUSANTARA.

Hendrayady, A., Sari, A. R., Mustanir, A., Amane, A. P., Isa, R., Agusman, Y., & Arief, M. H. (2023). Manajemen pelayanan publik. Pertama. Edited by DP Sari. Padang: Global Eksekutif Teknologi.

Ibrahim, M. A., & Syahribulan, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Publik terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. YUME: Journal of Management, 3(2).

Maghfira, S. A., Sagita, N. I., & Sutisna, J. (2023). Efektivitas Penerapan Layanan E-Samsat Oleh Bapenda Provinsi Jawa Barat Dalam Upaya Meningkatkan Kepatuhan Masyarakat Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Bandung. Jurnal Administrasi Pemerintahan (Janitra), 3(1), 75–86.

Purnama Ramadani Silalahi, M. E., & Chairina, M. E. (2023). Ekonomi Digital: Perkembangan Bisnis Digital, Pemasaran Digital, Ecommerce, Fintech Berbasis Syariah dan Homoislamicus dalam Perilaku Konsumen. Merdeka Kreasi Group.

Putra, T. M. (2019). Pelayanan publik, good governance, dan ketahanan nasional. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Rusli, Y. M. (2018). Pengaruh Mutu Pelayanan Perpajakan Dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajakpada Sistem E-Filing Perpajakan Di Indonesia. National Conference of Creative Industry.

Santos, J. (2003). E-service quality: a model of virtual service quality dimensions. Managing

Service Quality: An International Journal, 13(3), 233–246.
Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Prof. Dr.
Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
Susanto, E., Marfudin, M., & Jasman, J. (2024). PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST DAN E-SATISFACTION TERHADAP E-LOYALTY (Studi pada Konsumen E-Commerce Shopee): Studi pada Konsumen E-Commerce Shopee. Khozana: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Islam, 8(2).
Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2000). A conceptual framework for understanding e-service quality: implications for future research and managerial practice (Vol. 115). Marketing Science Institute Cambridge, MA.