

**PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN WAJIB PAJAK PADA PEMBAYARAN PAJAK
HOTEL DI KANTOR BAPENDA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

**MUHAMMAD RAENALDI AKBAR
198320110**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN WAJIB PAJAK PADA PEMBAYARAN PAJAK
HOTEL DI KANTOR BAPENDA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area



OLEH:

MUHAMMAD RAENALDI AKBAR

198320110

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Excellence* dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wajib Pajak pada Pembayaran Pajak Hotel di Kantor Bapenda Medan

Nama : Muhammad Raenaldi Akbar

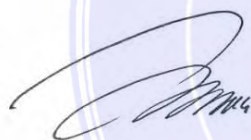
NPM : 198320110

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing



(Dr. Dahrul Siregar, S.E., M.Si.)
Pembimbing

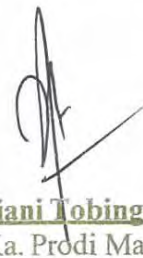


(Wan Rizca Amelia, S.E., M.Si.)
Pembanding

Mengetahui



(Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt., Ph.D, CIMA)
Dekan



(Fitriani Tobing, S.E., M.Si.)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus: 30 September 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 30 September 2024



MUHAMMAD RAENALDI AKBAR
198320110

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

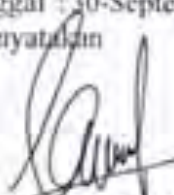
Sebagai Sivitas Akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD RAENALDI AKBAR
NPM : 198320110
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Service Excellence dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wajib Pajak pada pembayaran Pajak Hotel di Kantor Bapenda Medan**". Dengan Hak Bebas Royalti Non Royalty Eksklusif, Universitas Medan Area berhak mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 30-September-2024
Yang Menyatakan



MUHAMMAD RAENALDI AKBAR
198320110

RIWAYAT HIDUP

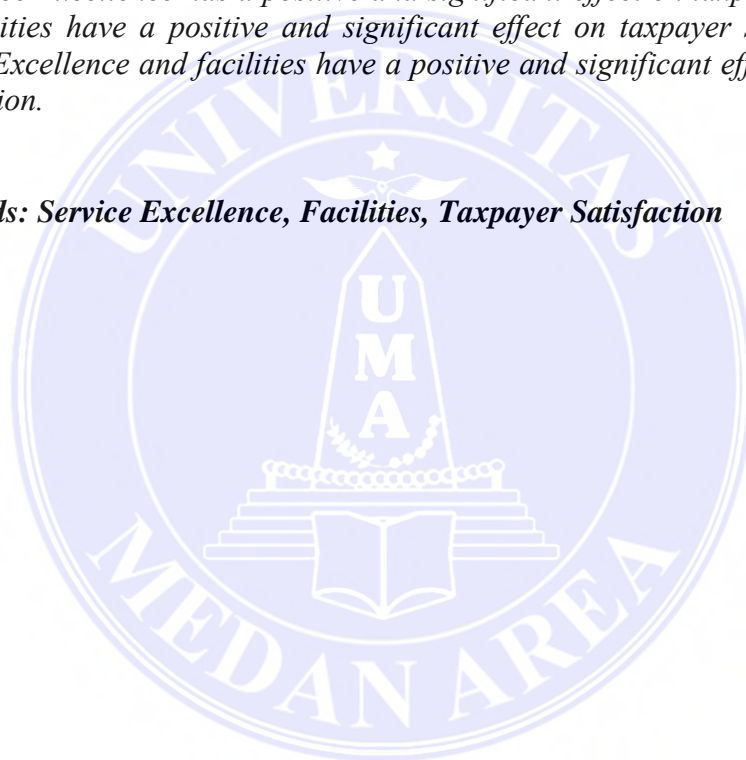


Nama	:	Muhammad Raenaldi Akbar
NPM	:	198320110
Tempat, Tanggal Lahir	:	Medan, 02 Januari 2002
Alamat Asal	:	Jln Vetpur Raya 3 Block. C No. 59 , Kel/Desa Medan Estate, Kec.Percut Sei Tuan
Alamat Sekarang	:	Jln Vetpur Raya 3 Block. C No. 59 , Kel/Desa Medan Estate, Kec.Percut Sei Tuan
Nama Orang Tua		
Ayah	:	M. Jarir Asmur, S.H.
Ibu	:	Rasna Hutabarat, S.E., M.M.
Riwayat Pendidikan		
SMP	:	SMP Negeri 12 Medan
SMA	:	SMA Negeri 3 Medan
No. HP/WA	:	085264359219
Email	:	raenaldi621@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of service excellence and facilities on taxpayer satisfaction on hotel tax payments at Bapenda Medan. This research used a quantitative approach measured using multiple linear regression-based methods with the SPSS 25 program. Data collection was carried out by distributing questionnaires. The population of this study were all taxpayers registered at Bapenda Medan. The sample in this study was 67 hotel owner taxpayers with a certain age range and education. The sampling technique used purposive sampling method. Data analysis techniques used instrument tests, classical assumption tests, statistical tests and hypothesis tests. Based on the research results, it was found that (1) service Excellence has a positive and significant effect on taxpayer satisfaction, (2) facilities have a positive and significant effect on taxpayer satisfaction, (3) service Excellence and facilities have a positive and significant effect on taxpayer satisfaction.

Keywords: *Service Excellence, Facilities, Taxpayer Satisfaction*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service Excellence* dan *fasilitas* terhadap *kepuasan wajib* pajak pada pembayaran pajak hotel di Bapenda Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang diukur menggunakan metode berbasis regresi linear berganda dengan program SPSS 25. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh wajib pajak yang terdaftar di Bapenda Medan. Sampel pada penelitian ini sebanyak 67 wajib pajak pemilik hotel dengan rentang usia dan pendidikan tertentu. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji statistik dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa (1) *service Excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak, (2) fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak, (3) *service Excellence* dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak.

Kata Kunci : *Service Excellence, Fasilitas, Kepuasan Wajib Pajak*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga sampai saat ini penulis diberikan kekuatan dan kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area. Sehubungan dengan itu, maka penulis melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Service Excellence dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wajib Pajak pada Pembayaran Pajak Hotel di Kantor Bapenda Medan”.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak yang ikut terlibat dalam penulisan skripsi ini. Saya sangat bersyukur dan berterima kasih kepada Tuhan yang Maha Esa beserta kedua orang tua saya. Sehubungan dengan hal tersebut penulis juga menyampaikan hormat dan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah memberikan saran dan masukan untuk kesempurnaan skripsi ini.

4. Dr. Dahrul Siregar, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyediakan waktunya yang sangat berharga untuk membimbing penulis selama menyusun skripsi. Terimakasih atas bimbingan, dukungan, motivasi, saran serta ilmu yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Medan Area yang telah sabar dan ikhlas dan memberikan ilmunya kepada peneliti.

6. Seluruh staf pengajar dan pegawai Universitas Medan Area yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang dapat membangun dari berbagai pihak untuk dapat dijadikan sebagai pedoman pada penelitian selanjutnya. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, khususnya di bidang Manajemen Sumber Daya Manusia.

Medan, 30 September 2024

Muhammad Raenaldi Akbar

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Service Excellence</i>	9
2.1.1.1 Pengertian <i>Service Excellence</i>	9
2.1.1.2 Konsep Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>)	10
2.1.1.3 Indikator Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>)	12
2.1.2 Fasilitas	13
2.1.2.1 Pengertian Fasilitas.....	13
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas	13
2.1.2.3 Indikator-Indikator Fasilitas.....	14
2.1.3 Kepuasan Wajib Pajak	14
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Wajib Pajak	14
2.1.3.2 Metode Pengukuran Kepuasan Wajib Pajak.....	15
2.1.3.3 Indikator Kepuasan Wajib Pajak.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Berpikir.....	20

2.4 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian	23
3.1.2 Jenis Penelitian	23
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
3.3 Populasi Dan Sampel	26
3.3.2 Populasi.....	26
3.3.3 Sampel.....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4.2 Jenis Data	28
3.4.3 Sumber Data	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Teknik Pengujian Istrumen	30
3.6.1 Uji Validitas.....	30
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7.1 Uji Normalitas	35
3.7.2 Uji Multikolinieritas.....	36
3.7.3 Uji Heterokedastitas	36
3.8 Teknik Analisis Data.....	37
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.9 Uji Hipotesis	37
3.9.1 Uji Parsial (Uji t)	37
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	38
3.11 Koefisien Determinansi (R ²).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Kantor Bapenda Medan	39
4.1.1 Visi Misi Kantor Bapenda Medan	39
4.1.2 Struktur Organisasi	41
4.2 Karakteristik Responden	41
4.2.1 Karakteristik Sampel Berdasarkan Usia.....	42
4.2.2 Karakteristik Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.3 Deskripsi Variabel	43

4.4 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.4.1 Uji Normalitas	52
4.4.2 Uji Multikolinearitas	54
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	55
4.5 Teknik Analisis Data.....	57
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.6 Uji Hipotesis	59
4.6.1 Uji Parsial (Uji t)	59
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	60
4.7 Koefisien Determinansi	61
4.8 Pembahasan	61
4.8.1 Pengaruh <i>Service Excellence</i> Terhadap Kepuasan Wajib Pajak.....	61
4.8.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wajib Pajak.....	63
4.8.3 Pengaruh <i>Service Excellence</i> dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wajib Pajak	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hotel Patuh Membayar Pajak.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Periode Penelitian	24
Tabel 3.2 Operasional Penelitian	24
Tabel 3.3 Bobot Nilai Angkat.....	29
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Service Excellence</i> (X1)	31
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Fasilitas (X2)	32
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Wajib Pajak (Y)	32
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel <i>Service Excellence</i> (X1).....	34
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X2).....	34
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y)	35
Tabel 4.1 Usia Responden.....	42
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel <i>Service Excellence</i> (X1)	43
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Fasilitas (X2)	46
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y).....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.9 Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.10 Tabel Uji T	59
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	60
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinansi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bapenda Kota Medan.....	41
Gambar 4.2 Grafik Histogram Data Berdistribusi Normal	53
Gambar 4.3 <i>Probability Plot</i> Berdistribusi Normal.....	54
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden Uji Validitas Dan Reliabilitas	79
Lampiran 3 Hasil Output SPSS Uji Validitas.....	83
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	88



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kepuasan wajib pajak merupakan respon wajib pajak terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan wajib pajak adalah persepsi wajib pajak mengenai kualitas layanan yang berfokus pada lima dimensi yaitu *tangible* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *emphaty* (empati) dan *access* (akses).

Kepuasan wajib pajak selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas layanan, juga ditentukan oleh jasa, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Hartono, 2019:78). Kepuasan wajib pajak menjadi sangat penting bagi suatu instansi, yang dalam penelitian ini adalah Kantor Bapenda Medan yang bergerak di bidang jasa pelayanan pajak, dimana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para wajib pajaknya.

Dengan pelayanan baik maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada wajib pajak baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi instansi suatu kepuasan wajib pajak sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi instansi tersebut, sehingga wajib pajak tersebut akan tetap taat dalam membayar pajak tersebut. Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat dan ide.

Kantor Bapenda Kota Medan merupakan salah satu birokrasi pemerintah yang menyelenggarakan pelayanan publik. Dalam pelaksanaan kegiatan penyediaan jasa, Kantor Bapenda Kota Medan tentu telah berusaha melakukan yang terbaik demi kepuasan wajib pajak, tetapi dalam kegiatan operasionalnya tidak dapat dihindarkan dari masalah-masalah tertentu yang dapat menyebabkan penilaian terhadap pelayanan tidak maksimal sehingga dapat menimbulkan rasa ketidakpuasan wajib pajak atas pelayanan yang diberikan. Kepuasan wajib pajak merupakan suatu perasaan yang dirasakan seorang wajib pajak ketika mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan atau bahkan mendapatkan yang lebih dari yang diinginkan. Kepuasan juga menimbulkan perasaan senang dan gembira atas kinerja dari suatu perusahaan atau penyedia layanan.

Menurut Tjiptono (2014:354) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan wajib pajak sangat bergantung pada persepsi dan ekspektasi wajib pajak, maka perusahaan perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Dalam era sekarang ini seperti sekarang di dalam zaman globalisasi wajib pajak merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu negara. Wajib pajak harus di jaga agar tetap taat untuk membayar tepat waktu. Instansi harus memberikan sesuatu yang lebih bagi wajib pajak melebihi apa yang diharapkan oleh wajib pajak itu sendiri. Wajib pajak harus dibuat puas atas penggunaan jasa yang dipakainya agar mereka selalu taat membayar pajak. Menurunnya pembayaran pajak oleh wajib pajak yang diterima oleh negara selain kesalahan instansi dalam menjalankan kantornya bisa disebabkan oleh

kekurangpekaan para petinggi dalam melihat keinginan dan kebutuhan para wajib pajak terhadap layanan yang dihasilkan atau jasa yang ditawarkan juga tidak tahu cara memberikan pelayanan yang baik kepada wajib pajak sehingga keinginan dan kebutuhannya terpenuhi dan ia merasa puas melebihi apa yang dapat diberikan oleh pesaing.

Servis yang diberikan oleh instansi kepada wajib pajaknya mempunyai peran dan dampak yang sangat penting. Menurut Hermawan Kartajaya (2016:18) servis merupakan jiwa dari suatu perusahaan. Servis adalah sikap untuk bertahan dan memenangkan persaingan di masa depan oleh karena itu servis yang diberikan secara tepat kepada wajib pajak akan membuat wajib pajak tersebut menjadi wajib pajak yang loyal dan akan merekomendasikan bahkan menjadi pembela kinerja yang dihasilkan perusahaan. pemasar harus menciptakan lingkungan layanan terhadap suatu produk, yang unik dan sulit ditiru karena layanan lebih sulit ditiru sama baiknya oleh pesaing. Walaupun begitu banyak perusahaan

Berdasarkan data yang diperoleh dari Seksi Pengolahan Data & Informasi bahwa masih adanya keluhan wajib pajak tentang pelayanan yang diberikan oleh Kantor Bapenda Kota Medan harus memberikan pelayanan yang lebih dari sekedar pelayanan kualitas yaitu dengan memberikan pelayanan prima agar kepuasan wajib pajak dapat dipenuhi serta dapat memunculkan kepercayaan dan loyalitas dari wajib pajak. Pemberian pelayanan prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas wajib pajak, pihak penyedia jasa dapat berpedoman pada faktor pelayanan prima (*service Excellence*) yang menurut Barata (2014:78) terdiri kemampuan (*ability*), penampilan (*appearance*), perhatian

(*attention*), tindakan (*action*), tanggung jawab (*accountability*), dan sikap (*attitude*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut yang diprioritaskan dalam meningkatkan kepuasan pelayanan IPA dan analisis regresi linier berganda serta memberikan rekomendasi perbaikan pelayanan berdasarkan *Root Cause Analysis*.

Selain *service Excellence*, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan wajib pajak adalah Fasilitas. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada wajib pajak”. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan wajib pajak secara langsung.

Menurut (Kotler P. , 2016:87) “*fasilitas* adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan wajib pajak”. Sedangkan menurut (Daradjat, 2014), “*fasilitas* adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan”.

Badan Pendapatan Daerah Kota Medan, selanjutnya disingkat Bapenda merupakan unsur penunjang pemerintah daerah yang dipimpin oleh seorang kepala yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Wali Kota Medan melalui sekretaris daerah. Bapenda mempunyai tugas melaksanakan kebijakan daerah di bidang pengelolaan pendapatan pajak daerah dan tugas pembantuan lainnya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Untuk melakukan tugas sebagaimana tersebut diatas, Bapenda mempunyai fungsi: perumusan

kebijakan di bidang pengelolaan pendapatan asli daerah, pelaksanaan pemungutan pajak daerah, pengoordinasian penerimaan PAD, Namun pada akhir akhir Bapenda Kota Medan belum mencapai target dari pengumpulan pajak dari wajib pajak, terutama dari wajib pajak yang berasal dari beberapa wajib pajak seperti diantaranya pemilik hotel. Seperti terlihat pada data di bawah ini:

Tabel 1.1. Data Hotel Patuh Membayar Pajak/Tidak Patuh Membayar Pajak pada Kantor Bapenda Kota Medan Tahun 2022

No	Keterangan	Jumlah
1	Hotel yang patuh	155
2	Hotel yang tidak patuh	164
3	Hotel tidak melapor	79
Total		398

Sumber Data: Kantor Bapenda Kota Medan

Berdasarkan data Tabel 1.1 di atas menunjukkan masih banyak hotel yang tidak patuh dalam membayar pajak pada Kantor Bapenda Kota Medan. Hal tersebut menunjukkan ada masalah yang berkaitan dengan kepatuhan dalam membayar pajak.

Pada survey awal yang dilakukan oleh penulis, terhadap beberapa wajib pajak yang berasal dari pemilik hotel, di antaranya keterlambatan atau kurangnya kepatuhan wajib pajak disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya masih kurangnya layanan dari staff pajak, karena masih berbelit-belitnya birokrasi dan ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan wajib pajak untuk patuh yaitu,

tingkat pemeriksaan pajak, denda, tarif pajak, penghasilan, lemahnya efek dari pemeriksaan dan denda. Selain itu, fasilitas pelayanan yang terbatas membuat wajib pajak agak kesulitan dalam mengisi aplikasi yang dibutuhkan,

Berdasarkan beberapa uraian di atas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang terhadap kepuasan wajib pajak. Dalam penelitian ini, difokuskan pada tiga variabel diduga variabel- variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak.

1.2. Rumusan Masalah

Dari fenomena bisnis, *research gap*, dan inkonsistensi penelitian terdahulu maka terdapat permasalahan pengaruh *service Excellence* dan fasilitas terhadap kepuasan wajib pajak pada Kantor Bapenda Medan.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *service Excellence* berpengaruh Positif dan signifikan kepada kepuasan wajib pajak pada Kantor Bapenda Medan?
2. Apakah fasilitas berpengaruh Positif dan Signifikan kepada kepuasan wajib pajak pada Kantor Bapenda Medan?
3. Apakah *service Excellence* dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh Positif dan Signifikan kepada kepuasan wajib pajak pada Kantor Bapenda Medan?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah *Service Excellence* berpengaruh Terhadap kepuasan wajib pajak pada Kantor Bapenda Medan.
2. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpengaruh Terhadap kepuasan wajib pajak pada Kantor Bapenda Medan.
3. Untuk mengetahui apakah *Service Excellence* dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh Terhadap kepuasan wajib pajak pada Kantor Bapenda Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Harapan untuk penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan serta wawasan dan juga sumber bacaan bagi bidang keilmuan dan akademis bagi masa yang akan datang yang bermanfaat untuk jangka panjang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

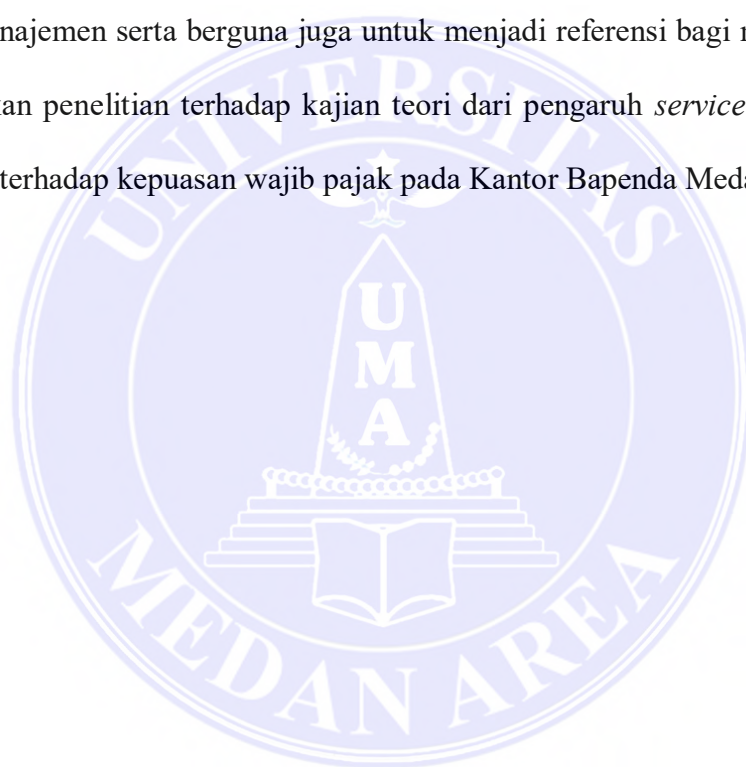
Untuk membandingkan antara teori yang didapat dengan praktek yang dijalankan perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Memperoleh informasi dari perusahaan mengenai pengaruh *service Excellence* dan fasilitas terhadap kepuasan wajib pajak pada Kantor Bapenda Medan.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu manajemen serta berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian terhadap kajian teori dari pengaruh *service Excellence* dan fasilitas terhadap kepuasan wajib pajak pada Kantor Bapenda Medan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Landasan teori dalam penelitian ini terdapat dari 3 bagian, yaitu *service Excellence*, fasilitas dan kepuasan wajib pajak.

2.1.1. *Service Excellence*

2.1.1.1. Pengertian *Service Excellence*

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Barata, 2013:30). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang.

Menurut Daviddow dan Uttal (2018:78) pelayanan merupakan kegiatan/keuntungan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada wajib pajak/*customer* yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Dalam pelayanan yang disebut wajib pajak (*customer*) adalah masyarakat yang mendapat manfaat dari aktivitas yang dilakukan oleh organisasi atau petugas dari organisasi pemberi layanan (Lukman & Sugiyanto, 2014:4).

Sedangkan hakikat dari *customer service* atau pelayanan nasabah sendiri adalah setiap kegiatan yang dimaksud untuk memberikan kepuasan nasabah,

melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah (Wahjono, 2016:179).

Pelayanan Prima adalah kemampuan maksimal seseorang dalam berhubungan dengan orang lain dalam hal pelayanan. Pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal berdasarkan standard dan prosedur pelayanan (Suwithi, 2019:4).

2.1.1.2. Konsep Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan (Barata, 2013:31), yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan konsep-konsep Sikap (*Attitude*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), Kemampuan (*Ability*), Penampilan (*Appearance*), dan Tanggung Jawab (*Accountability*).

1. Sikap (*Attitude*) adalah perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.
2. Perhatian (*Attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

3. Tindakan (*Action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.
4. Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan mengembangkan public relation sebagai instrument dalam membina hubungan ke dalam dan keluar organisasi atau perusahaan.
5. Penampilan (*Appearance*) adalah penampilan seseorang baik yang bersifat fisik saja maupun fisik atau non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.
6. Tanggung Jawab (*Accountability*) adalah suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan. Pendapat lain menyatakan bahwa konsep pribadi pelayanan prima meliputi unsur-unsur kepribadian, penampilan, perilaku, komunikasi, pengetahuan, dan penyampaian.

2.1.1.3. Indikator Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Gespersz (2018:67) menyatakan bahwa kualitas pelayanan meliputi indikator, sebagai berikut:

1. Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses
2. Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan
3. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis
4. Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan
5. Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta *fasilitas* pendukung lainnya
6. Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan petunjuk/panduan lainnya.

Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, alat komunikasi, dan lain-lain (Maddy, 2019:10).

2.1.2. Fasilitas

2.1.2.1. Pengertian Fasilitas

Menurut Tjiptono (2014:67) “Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada wajib pajak”. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan wajib pajak secara langsung.

Menurut Kotler (2016:32), “Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan wajib pajak”. Sedangkan menurut (Daradjat, 2014), “Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan diperlukan alat pendukung yang digunakan dalam proses atau aktivitas diperusahaan tersebut. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Semakin besar aktivitas perusahaan maka semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut.

2.1.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

Menurut Nirwana (2014:56) beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas dalam suatu jasa, antara lain;

1. Desain fasilitas,
2. Nilai fungsi,

3. Estetika,
4. Kondisi mendukung, dan
5. Peralatan penunjang.

2.1.2.3. Indikator-Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2014:55), indikator fasilitas ada enam, yaitu:

1. Pertimbangan/perencanaan spasial,
2. Perencanaan ruangan,
3. Perlengkapan/perabotan,
4. Tata cahaya dan warna,
5. Unsur pendukung, dan
6. Pengambilan keputusan.

2.1.3. Kepuasan Wajib Pajak

2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Wajib Pajak

Menurut Engel, et al dalam Tjiptono (2014:146) mengungkapkan bahwa kepuasan wajib pajak merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Kotler, dkk (2018:50) menandakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan.

Menurut Tjiptono (2014:353) kata “kepuasan atau *satisfaction*: berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup banyak, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya

pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Menurut Howard dan Sheth dalam Tjiptono (2014: 353) mengungkapkan bahwa kepuasan adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

2.1.3.2. Metode Pengukuran Kepuasan Wajib Pajak

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2018:148) mengemukakan metode untuk mengukur kepuasan, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*Customer-Oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang letakkan ditempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus, dan lain-lain.
2. Survei kepuasan pelanggan melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (sinyal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan dengan metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti “ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan

Po. Timbul Jaya pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas”.

b. *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. *Problem analysis*

Pelanggan diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance performance analysis*

Dalam tehnik ini responden diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut.

e. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan produk perusahaan dan pesaing. Lalu, *Ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

f. Lost customer analysis

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

2.1.3.3. Indikator Kepuasan Wajib Pajak

Menurut Rondonuwu dan Komalig dalam jurnal Setyo (2017), kepuasan wajib pajak diukur dari sebaik apa harapan wajib pajak atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan wajib pajak, yaitu:

1. Terpenuhinya harapan wajib pajak, Wajib pajak merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari suatu produk barang atau jasa.
2. Sikap atau keinginan menggunakan produk. Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain atau terpapar oleh iklan di media masa, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung.
3. Merekomendasikan kepada pihak lain. Wajib pajak akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang diperoleh dari suatu kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

4. Kualitas layanan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan wajib pajak serta ketepatan menyampaikan untuk mengimbangi harapan wajib pajak.
5. Loyal wajib pajak memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi.
6. Reputasi yang baik. Upaya Bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merk (*brand image*), citra perusahaan (*company image*), reputasi merk (*brand reputation*), nama yang terbaik (*the best name*), pelayanan prima (*service Excellence*) dan semua yang berhubungan dengan kepuasan wajib pajak mendapatkan prioritas.
7. Lokasi. Yang dimaksud dengan lokasi adalah tempat dimana perusahaan memperjual-belikan produk barang/jasa yang ditawarkan kepada wajib pajak.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini disajikan pada Tabel 2.1, sebagai berikut:

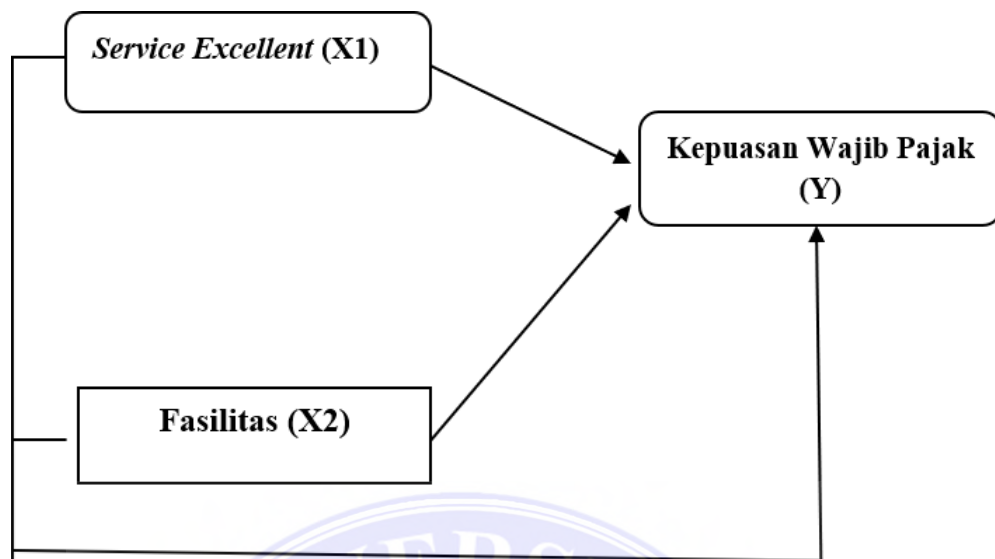
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Model Analisis	Hasil Penelitian
1.	Warong (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung	Analisis berganda melalui program SPSS	Bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari <i>Reliability</i> (X1), <i>Assurance</i> (X2), <i>Emphaty</i> (X3), <i>Tangible</i> (X4), <i>Responsiveness</i> (X5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif.
2	Ferdinand (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis pada Bengkel AUTO 2000 di Jalan Sisimangaraja No. 8 Medan	Analisis berganda melalui program SPSS	Bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari <i>Reliability</i> (X1), <i>Assurance</i> (X2), <i>Emphaty</i> (X3), <i>Tangible</i> (X4), <i>Responsiveness</i> (X5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif
3	Alvionita (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang USU	Analisis berganda melalui program SPSS	Bahwa variabel <i>Tangible</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> , dan <i>Emphaty</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang USU
4	Triswan (2016)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Timur	Analisis berganda melalui program SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari <i>Tangible</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> , dan <i>Emphaty</i> secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Makassar Timur
5	Aulia (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Terminal Petikemas di Makassar	Analisis berganda melalui program SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari <i>Tangible</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> , dan <i>Emphaty</i> yang di uji F dilihat bahwa kepuasan pengguna jasa memiliki pengaruh positif pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Terminal Petikemas di Makassar 6 (Andari, 2017) Pengaruh Harga, <i>Fasilitas</i> , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib pajak di Warung Apung Rowo Jombor Klaten Harga, <i>Fasilitas</i> , dan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wajib pajak Analisis Regresi Linier Berganda

6	(Siregar, dkk (2020)	Pengaruh Service Excellence terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Kampung Baru Medan)	Analisis berganda melalui program SPSS	Hasil analisis diperoleh nilai t hitung untuk variabel Service Excellence (X) lebih besar dari nilai t tabel atau $6.817 > 2.019$, kemudian terlihat pula bahwa nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0.05 atau $0.000 < 0.5$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel X memiliki kontribusi terhadap variabel Y. Nilai R square sebesar 0.531. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 53.1%, sedangkan sisanya sebesar 0.469 atau 46.9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.
7	Putri dan Rosha (2022)	Pengaruh Service Excellence, Ketepatan Waktu dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express Padang (Studi Kasus J&T Express Cabang Marapalam)	Kebenaran hipotesis adalah regresi linier berganda.	Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa (1) Service Excellence berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Padang (2) Ketepatan waktu berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Padang; dan (3) Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Padang.
8	Rikki (2020)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) TBK Batam	Analisis berganda melalui program SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2.3. Kerangka Berpikir

Kerangka penelitian merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan dalam penelitian, dengan kerangka pemikiran dapat diketahui alur pemikiran peneliti yang tujuannya adalah untuk menguji *service Excellence* dan fasilitas terhadap kepuasan wajib pajak. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu maka kerangka pikir penelitian disajikan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan pertanyaan yang penting karena hipotesis ini merupakan jawaban sementara dari suatu penelitian, sebagaimana pendapat Sugiyono (2012), “Hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.

Berdasarkan pengertian hipotesis, maka hipotesis penelitian ini adalah:

1. *Service Excellence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak.
2. Fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak.

3. *Service Excellence* dan fasilitas, secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif karena menggunakan angka-angka dalam penelitian kemudian dideskripsikan melalui kata-kata pada penjelasan hasil. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Arikunto bahwa penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang banyak menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, menafsirkan data hingga menyajikan hasil data. Sedangkan yang dimaksud dengan pendekatan deskriptif adalah proses menggambarkan karakteristik data pada sampel. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Service Excellence* dan Fasilitas terhadap wajib pajak yang sedang membayar pajak di kantor bapenda kota medan.

3.1.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian bertempat pada Kantor Bapenda Medan yang beralamat di Jalan Jendral Besar H. Abdul Haris Nasution No. 32 Sumatera Utara. Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Februari 2022 sampai Mei 2022.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2023-2024				
		Juni	Februari	April	Juni	September
1	Seminar Proposal					
2	Pengumpulan Data					
3	Analisis Data					
4	Seminar Hasil					
5	Sidang Meja Hijau					

3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Definisi operasional merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Di bawah ini definisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan:

Tabel 3.2 Operasional Variabel

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
1.	<i>Service Excellence (X1)</i>	Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Barata, 2013).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketepatan waktu pelayanan. 2. Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan. 3. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis. 4. Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan. 5. Kualitas pelayanan berkaitan 	Likert

			<p>dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta Fasilitas pendukung lainnya.</p> <p>6. Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan petunjuk/panduan lainnya.</p> <p>7. Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, Fasilitas music, AC, alat komunikasi, dan lain-lain (Maddy, 2019).</p>	
2	Fasilitas (X2)	Menurut (Tjiptono, 2014) “Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada konsumen”. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu Fasilitas yang ada yaitu kondisi Fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertimbangan/perencanaan spasial. 2. Perencanaan ruangan. 3. Perlengkapan/perabotan. 4. Tata cahaya dan warna. 5. Unsur pendukung. 6. Pengambilan keputusan. 	
3.	Kepuasan wajib pajak (Y)	Menurut Engel, et al dalam Tjiptono (2014) mengungkapkan bahwa kepuasan wajib pajak merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (<i>outcome</i>) sama atau	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terpenuhinya harapan konsumen. 2. Sikap atau keinginan menggunakan produk 3. Merekomendasikan kepada pihak lain. 4. Kualitas layanan. 5. Loyal Konsumen 6. Reputasi. 7. Lokasi 	Likert

		melampaui harapan pelanggan		
--	--	--------------------------------	--	--

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Obyek populasi yang akan diteliti oleh penulis telah diketahui bahwa populasi di kantor Bapenda Medan jalan Jendral Besar H. Abdul Haris Nasution No 32 Sumatera Utara yang berjumlah 200 wajib pajak yang membayar pajak hotel dari periode Januari tahun 2023 sampai Desember tahun 2023.

3.3.2. Sampel

Pada penelitian ini teknik sampling yang di gunakan yaitu, *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2011), *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan dan peluang yang sama pada setiap unsur ataupun peserta dalam populasi yang telah ditentukan. *Probability sampling* memiliki beberapa teknik dalam menentukan sampel, salah satunya *purposive sampling* yaitu, teknik pengambilan atau metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan karaktersitik yang telah ditentukan (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini menggunakan beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Bersedia menjadi responden dalam penelitian ini

2. Memiliki rentang usia 18 – 40 tahun
3. Berdomisili di Kota Medan

Adapun jumlah responden diambil dari banyaknya individu yang merupakan wajib pajak yang membayar pajak hotel dari periode Januari 2023 sampai Desember 2023. Agar dapat mewakili populasinya, maka total sampel penelitian ini akan dihitung dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Penjelasan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e^2 = kelonggaran ketaktelitian dikarenakan salah melakukan pengambilan sampel yang bisa di tolelir hingga 10%

1 = konstanta

Berdasarkan total populasi responden bulan Januari 2023 – Desember 2023 sebanyak 200 orang yang merupakan wajib pajak di kantor Bapenda Medan jalan Jendral Besar H. Abdul Haris Nasution No 32 Sumatera Utara, kelonggaran ketaktelitian dikarenakan salah pengambilan sampel ditemukan hingga 10%. Lalu perolehan sampelnya akan mempergunakan rumus Slovin, yakni:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200 \cdot (10\%)^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{200}{1 + 2}$$

$$n = \frac{200}{3}$$

$$n = 66,667$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin, ditemukan banyaknya sampel, yaitu 66,667 responden kemudian dibulatkan menjadi 67 responden.

3.4. Metode Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa data dari hasil kuesioner jawaban responden yang akan ditabulasi kedalam bentuk angka-angka.

Data tersebut akan diolah dengan menggunakan SPSS.

3.4.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden, diolah dalam bentuk data melalui alat statistik.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik, antara lain:

1. Pengamatan (*Observation*), yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.
2. Daftar pertanyaan (*Questionnaire*), yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai angket yang ditentukan, yaitu:

Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4

Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6. Teknik Pengujian Instrumen

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto, 2010:135).

Uji validitas dilakukan dengan mengajukan butir-butir pertanyaan kuesioner yang nantinya akan diberikan kepada responden sebanyak 67 responden pada wajib pajak Bapenda Medan. Uji validitas melalui kuesioner yang dibagikan melalui *google form* dengan cara menyebarkannya melalui *Whatsapp*.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22.00, dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Berikut ini disajikan hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS, sebagai berikut:

1. Variabel *Service Excellence*

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel *Service Excellence* (X1)

Item Pernyataan	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0.271	0,244	Valid
Pernyataan 2	0.491	0,244	Valid
Pernyataan 3	0.357	0,244	Valid
Pernyataan 4	0.359	0,244	Valid
Pernyataan 5	0.547	0,244	Valid
Pernyataan 6	0.346	0,244	Valid
Pernyataan 7	0.323	0,244	Valid
Pernyataan 8	0.415	0,244	Valid
Pernyataan 9	0.304	0,244	Valid
Pernyataan 10	0.405	0,244	Valid
Pernyataan 11	0.280	0,244	Valid
Pernyataan 12	0.394	0,244	Valid
Pernyataan 13	0.491	0,244	Valid
Pernyataan 14	0.320	0,244	Valid

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa variabel *service Excellence* memiliki kriteria valid pada semua item pertanyaan berdasarkan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,244.

2. Variabel Fasilitas

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)

Item Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.480	0,244	Valid
Pernyataan 2	0.442	0,244	Valid
Pernyataan 3	0.263	0,244	Valid
Pernyataan 4	0.503	0,244	Valid
Pernyataan 5	0.298	0,244	Valid
Pernyataan 6	0.311	0,244	Valid
Pernyataan 7	0.279	0,244	Valid
Pernyataan 8	0.422	0,244	Valid
Pernyataan 9	0.491	0,244	Valid
Pernyataan 10	0.601	0,244	Valid
Pernyataan 11	0.498	0,244	Valid
Pernyataan 12	0.369	0,244	Valid

3. Variabel Kepuasan Wajib Pajak

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y)

Item Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.271	0,244	Valid
Pernyataan 2	0.282	0,244	Valid

Pernyataan 3	0.271	0,244	Valid
Pernyataan 4	0.260	0,244	Valid
Pernyataan 5	0.489	0,244	Valid
Pernyataan 6	0.328	0,244	Valid
Pernyataan 7	0.405	0,244	Valid
Pernyataan 8	0.245	0,244	Valid
Pernyataan 9	0.419	0,244	Valid
Pernyataan 10	0.482	0,244	Valid
Pernyataan 11	0.581	0,244	Valid
Pernyataan 12	0.408	0,244	Valid
Pernyataan 13	0.354	0,244	Valid
Pernyataan 14	0.306	0,244	Valid

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak reliabel
- 2) Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti tidak reliabel
- 3) Nilai *alpha Cronbach* 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel

- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

Perhitungan koefisien Cronbach's Alpha dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 22.

1. Variabel *Service Excellence*

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Service Excellence* (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
.680	14

Berdasarkan Tabel 3.7, didapatkan nilai Cronbach's Alpha atas variabel *service Excellence* sebesar 0,680. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kuesioner reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

2. Variabel Fasilitas

Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	12

Berdasarkan Tabel 3.7, didapatkan nilai Cronbach's Alpha atas variabel fasilitas sebesar 0,742. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kuesioner reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

3. Variabel Kepuasan Wajib Pajak

Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Wajib Pajak (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.660	14

Berdasarkan Tabel 3.7, didapatkan nilai Cronbach's Alpha atas variabel kepuasan wajib pajak sebesar 0,660. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kuesioner reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

3.7. Uji Asumsi Klasik

3.7.1. Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data dalam penelitian ini dideteksi melalui analisa grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

1. Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menceng ke kanan atau menceng ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.
2. Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah: a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti

arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ditujukan untuk mengetahui deteksi gejala korelasi atau hubungan antara variabel bebas atau independen dalam model regresi tersebut. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara : jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi (Ghozali, 2011:160).

3.7.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji data yang memiliki nilai Sig. kurang dari 0.05 (Sig. < 0.05) yaitu apabila data memiliki nilai lebih kecil dari nilai Sig. 0.005 maka data memiliki heteroskedastisitas dan cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan uji glajser, uji glajser merupakan salah satu uji statistik yang dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut, (Sukardi, 2008:172).

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda, yaitu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel. Model regresi linier berganda dengan memakai program *software SPSS 22.00 for windows* yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y	= Variabel terikat (Kepuasan wajib pajak)
X ₁	= Variabel bebas (<i>Service Excellence</i>)
X ₂	= Variabel bebas (<i>Fasilitas</i>)
a	= Konstanta
b _{1,2}	= Koefisien Regresi
e	= Standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,1 (10%)

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 90% ($\alpha = 0,1$). Yang kriteria pengujiannya adalah:

$$t \text{ hitung} > t \text{ tabel} = H_0 \text{ Ditolak}$$

$$t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel} = H_0 \text{ Diterima}$$

3.9.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 90% ($\alpha = 0,1$), yang memiliki kriteria sebagai berikut :

$$F \text{ hitung} > F \text{ tabel} = H_0 \text{ Ditolak}$$

$$F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel} = H_0 \text{ Diterima}$$

3.10. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien detreminasi (adjusted R^2) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian tentang pengaruh *service Excellence* dan fasilitas terhadap kepuasan wajib pajak di Bapenda Medan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, variabel X_1 (*service Excellence*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak di Bapenda Medan. Dinyatakan positif karena jika *service Excellence* yang dilakukan menjadi semakin baik, maka kepuasan wajib pajak juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika *service Excellence* yang dilakukan menjadi buruk, maka kepuasan wajib pajak akan menurun juga.
2. Secara parsial, variabel X_2 (fasilitas) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak di Bapenda Medan. Dinyatakan positif karena jika fasilitas yang disediakan menjadi semakin baik, maka kepuasan wajib pajak juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika fasilitas yang disediakan menjadi buruk, maka kepuasan wajib pajak akan menurun juga.
3. Secara simultan, variabel X_1 dan X_2 (*service Excellence* dan fasilitas) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak di Bapenda Medan. Dinyatakan positif karena jika *service Excellence* dan fasilitas yang ada menjadi semakin baik, maka kepuasan wajib pajak juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika *service*

excellence dan fasilitas yang ada menjadi buruk, maka kepuasan wajib pajak akan menurun juga.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Kantor Bapenda Medan dalam hal ini telah memberikan pelayanan terbaik, namun diharapkan agar dapat lebih meningkatkan pelayanan dengan cara memperbaiki kualitas pelayanan serta menerapkan etika, sopan santun dan keramahtamahan yang lebih baik lagi kepada pelanggan wajib pajak yang datang ke Bapenda Medan.
2. Kantor Bapenda Medan dalam hal ini telah menyediakan fasilitas terbaik, namun diharapkan agar dapat lebih meningkatkan fasilitas yang lebih baik lagi terutama pada tata letak dan kenyamanan ruangan pelayanan.
3. Kantor Bapenda Medan dalam hal ini telah memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik, namun diharapkan agar dapat lebih meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang di berikan agar tercapainya kepuasan wajib pajak

DAFTAR PUSTAKA

- Alvionita. (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung.
- Aulia (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Cabang Terminal Petikemas Di Makassar.
- Barata. (2014). Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta.
- Daradjat (2014) Dasar-Dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Davidow & Uttal. 2018. Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media.
- Ferdinand. (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa servis Pada Bengkel AUTO 2000 di Jalan Sisimangaraja No. 8 Medan.
- Gespersz. (2018). Manajemen Ritel. Jakarta: Erlangga.
- Hartono. (2019). Manajemen Perbankan. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Hermawan, K. (2016). Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Indeks
- Kotler, P. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Lukman & Sugiyanto. (2014), Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Nirwana. (2014). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Bumi

Aksara.

Putri, W. A., & Rosha, Z. (2022). Pengaruh Service Excellence, Ketepatan Waktu Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express Padang (Studi Kasus J&T Express Cabang Marapalam). Kumpulan Executive Summary Mahasiswa Prodi Manajemen Wisuda Ke 77 Tahun 2022, 20(2).

Rikky, R. (2020). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) TBK Batam*. Skripsi Thesis, Prodi Manajemen.

Rondonuwu. (2017). *Pelayanan Sepenuh Hati, Meraih EQ Untuk Pelayanan Yang Memuaskan Pelanggan*. Jakarta: Pustaka Utama.

Siregar, S. G., S., Lubis, A. S., & Siregar, H. (2020). Pengaruh Service Excellence terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab (Studi Kasus pada Masyarakat Kelurahan Kampung Baru Medan). *Prosiding Seminar Hasil Penelitian*, 3(1), 226-233.

Suwithi. (2019). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bina Aksara.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satification*. Yogyakarta: Andi Offset.

Triswan. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Timur*.

Wahjono. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelabuhan Indonesia IV (Persero) Terminal Petikemas Bitung*.

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER

PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* DAN *FASILITAS* TERHADAP KEPUASAN WAJIB PAJAK PADA PEMBAYARAN PAJAK HOTEL DI KANTOR BAPENDA MEDAN

Bapak/Ibu, Saudara/i responden yang terhormat, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediannya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang diberikan di bawah ini.

I DATA RESPONDEN (No. Responden:)

1. Nama : _____
2. Usia : a. 20 - 25 Thn b. 26 - 30 Thn c. 31 – 35 Thn d. > 36 Thn
3. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pendidikan : a. SMU b. D3 c. S1 d. S2

II PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda conteng/*checklist* (√) pada kolom yang anda anggap sesuai. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Keterangan :

- | | | | |
|-----|---|---------------------|------------------|
| SS | = | Sangat Setuju | (diberi nilai 5) |
| S | = | Setuju | (diberi nilai 4) |
| CS | = | Cukup Setuju | (diberi nilai 3) |
| KS | = | Kurang Setuju | (diberi nilai 2) |
| STS | = | Sangat tidak Setuju | (diberi nilai 1) |

III DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL *SERVICE EXCELLENCE* (X1)

NO	PERTANYAAN	SS	S	CS	KS	TS
Ketepatan waktu pelayanan						
1	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena tepat waktu					
2	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena tidak perlu menunggu lama					
Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan						
3	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan baik					
4	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena pelayanannya sangat bermutun dan tepat sasaran					
Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis						
5	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis					

6	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena memiliki etika yang baik					
Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan						
7	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena bertanggung jawab atas tugas-tugasnya					
8	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena berwibawa					
Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta <i>fasilitas</i> pendukung lainnya						
9	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena dilayani dengan sejumlah karyawan yang cukup					
10	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena lengkap oditurnya					
Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan petunjuk/panduan lainnya						
11	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena tertata dengan baik					

12	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena ruangnya terstruktur					
Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, <i>fasilitas</i> music, AC, alat komunikasi, dan lain-lain						
13	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena <i>fasilitasnya</i> sangat lengkap					
14	Saya menyukai pelayanan Kantor Pajak Bapenda Medan karena nyaman					

2. VARIABEL FASILITAS (X₂)

NO	PERTANYAAN	SS	S	CS	KS	TS
Pertimbangan/perencanaan spasial						
15	Saya menyukai <i>fasilitas</i> kantor Bapenda Medan yang memiliki perimbangan perencanaan yang jelas					
16	Saya menyukai <i>fasilitas</i> kantor Bapenda Medan yang memiliki perencanaan kerja yang tepat					
Perencanaan ruangan						
17	Saya menyukai <i>fasilitas</i> kantor Bapenda Medan yang memiliki perencanaan					

	ruangan yang jelas					
18	Saya menyukai <i>fasilitas</i> kantor Bapenda Medan yang memiliki ruangan pelayanan yang nyaman					
Perengkapan/perabotan						
19	Saya menyukai <i>fasilitas</i> kantor Bapenda Medan yang memiliki sarana yang lengkap					
20	Saya menyukai <i>fasilitas</i> kantor Bapenda Medan yang memiliki sarana yang mudah diakses					
Tata cahaya dan warna						
21	Saya menyukai <i>fasilitas</i> kantor Bapenda Medan yang memiliki ruangan dengan perwarnaan yang serasi					
22	Saya menyukai <i>fasilitas</i> kantor Bapenda Medan yang memiliki ruangan yang lingkungan yang jelas					
Unsur pendukung						
23	Saya menyukai <i>fasilitas</i> kantor Bapenda Medan yang memiliki unsur pendukung yang lengkap					
24	Saya menyukai <i>fasilitas</i> kantor Bapenda Medan yang					

	memiliki kelengkapan semua <i>fasilitas</i> yang mendukung pelayanan					
Pengambilan keputusan						
25	Saya menyukai kantor Bapenda Medan yang memiliki keputusan untuk semua kegiatan pelayanan pajak					
26	Saya menyukai <i>fasilitas</i> kantor Bapenda Medan yang memiliki ruangan yang lingkungan yang jelas sehingga memudahkan pengambilan keputusan					

3. VARIABEL TERIKAT KEPUASAN WAJIB PAJAK (Y)

NO	PERTANYAAN	SS	S	CS	KS	TS
- Terpenuhinya harapan konsumen						
27	Saya memiliki kepuasan terhadap Kantor Bapenda Medan					
28	Saya memiliki harapan yang lebih terhadap Kantor Bapenda Medan					
Sikap atau keinginan menggunakan produk						
29	Saya selalu siap membayar pajak di kantor Bapenda Medan					
30	Saya selalu berkeinginan membayar pajak di membayar pajak di kantor Bapenda Medan					
Merekomendasikan kepada pihak lain.						

31	Saya selalu merekomendasikan kantor Bapenda Medan kekerabat					
32	Saya siap dijadikan duta kantor Bapenda Medan					
Kualitas layanan						
33	Saya selalu menerima kualitas layanan yang baik dari kantor Bapenda Medan					
34	Saya selalu memperhatikan kualitas layanan dari kantor Bapenda Medan					
Loyal Konsumen						
35	Saya selalu loyal terhadap kantor Bapenda Medan					
36	Saya memiliki loyalitas yang tinggi untuk membayar pajak					
Reputasi						
37	Saya menganggap kantor Bapenda Medan reputasi yang baik					
38	Reputasi diperlukan bagi kantor Bapenda Medan					
Lokasi						
39	Saya rajin membayar pajak karena lokasi kantor Bapenda Medan yang mudah terjangkau					
40	Saya menganggap lokasi nya baik dari kantor Bapenda Medan					

Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang telah mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya Saya ucapkan Terima Kasih banyak.



Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel *Service Excellence* (X1)

INSTRUMEN RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	TOTAL
1	5	1	1	5	1	5	5	4	5	4	5	3	1	4	49
2	5	4	1	4	3	5	5	4	4	4	2	2	4	4	51
3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3	49
4	4	3	4	1	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	52
5	4	3	1	2	2	3	3	3	5	2	2	2	3	1	36
6	4	4	2	3	2	3	3	3	3	2	4	3	4	1	41
7	2	5	3	5	3	3	4	4	4	3	5	5	5	2	53
8	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	44
9	5	5	2	5	4	5	5	5	5	2	2	2	5	4	56
10	4	2	4	4	4	4	4	5	5	1	5	5	2	5	54
11	5	3	4	5	4	4	4	3	5	3	5	5	3	5	58
12	5	2	2	4	4	4	5	4	4	3	5	5	2	3	52
13	5	5	2	5	3	5	5	3	4	3	5	5	5	3	58
14	1	4	3	3	4	2	4	5	5	3	4	4	4	4	50
15	5	5	1	3	4	5	4	5	5	3	4	3	5	4	56
16	3	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	2	53
17	5	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	54
18	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	51
19	1	3	5	2	4	3	4	4	4	4	3	5	3	3	48
20	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	49
21	4	2	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	2	4	56
22	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	1	2	4	3	55

23	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	2	4	4	4	53
24	4	4	5	5	2	3	5	4	4	4	4	4	4	4	56
25	4	5	5	4	2	3	5	4	5	4	4	5	5	5	60
26	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	61
27	3	1	4	4	2	3	4	5	4	5	4	3	1	4	47
28	3	1	3	5	3	3	3	5	4	4	4	4	1	5	48
29	4	1	4	5	3	3	5	5	5	5	4	3	1	5	53
30	2	4	4	4	4	3	5	4	5	2	4	5	4	2	52
31	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	2	57
32	1	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	2	3	4	46
33	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	3	4	5	60
34	2	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	58
35	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	2	4	4	52
36	1	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	2	5	3	55
37	5	4	1	3	5	5	3	5	5	4	3	4	4	5	56
38	3	4	5	4	4	2	3	2	4	2	4	2	4	4	47
39	4	5	4	4	5	5	3	4	5	5	2	2	5	3	56
40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	52
41	3	3	4	5	4	2	5	5	5	5	2	4	3	3	53
42	3	4	2	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	53
43	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	60
44	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	58
45	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	2	1	4	1	49
46	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	56
47	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	54
48	1	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	61
49	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	50

50	3	4	2	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	2	56
51	4	5	4	5	5	2	5	5	5	5	4	4	5	2	60
52	5	5	2	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	63
53	5	4	3	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	52
54	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	55
55	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	54
56	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	61
57	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	4	3	60
58	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	60
59	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	62
60	5	4	5	5	5	3	5	5	5	3	4	4	4	4	61
61	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	3	57
62	4	4	4	4	4	5	4	4	5	2	3	3	4	4	54
63	1	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	2	4	4	52
64	5	5	5	4	5	3	4	5	4	5	3	2	5	3	58
65	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4	2	57
66	5	4	4	4	4	2	5	5	5	4	3	2	4	3	54
67	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	55
RANGE	3,66	3,78	3,54	4,12	3,90	3,63	4,16	4,21	4,39	3,88	3,72	3,69	3,78	3,58	

Variabel Fasilitas (X2)

INSTRUMEN RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
1	4	3	3	5	5	5	5	1	5	5	5	5	51
2	4	1	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	51
3	4	4	4	4	3	3	2	4	5	4	5	5	47
4	5	2	2	3	3	3	3	4	4	4	2	3	38
5	5	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	5	46
6	5	3	3	3	4	4	4	1	5	5	4	4	45
7	4	5	5	2	4	4	4	3	3	3	4	3	44
8	3	2	3	3	4	4	4	2	5	4	3	3	40
9	4	2	2	3	4	4	4	5	5	4	4	3	44
10	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	42
11	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	52
12	4	4	5	5	3	4	3	3	4	4	5	5	49
13	4	5	1	5	4	5	3	4	5	5	5	5	51
14	4	4	4	3	4	1	3	4	3	5	3	5	43
15	2	2	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	48
16	1	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	49
17	2	4	5	4	2	5	5	5	5	5	4	4	50
18	5	4	1	4	5	4	4	4	4	4	5	2	46
19	5	5	5	1	4	4	5	3	3	3	4	4	46
20	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	52
21	4	3	5	3	4	4	4	2	2	4	3	2	40
22	4	4	2	2	2	2	2	5	3	4	3	3	36
23	3	4	4	2	2	2	2	5	5	4	1	1	35
24	3	3	2	2	2	2	2	5	5	1	4	2	33
25	3	4	4	5	1	1	1	3	4	2	5	5	38
26	5	3	4	5	4	4	5	2	4	3	3	3	45
27	2	4	2	2	4	1	4	4	4	3	3	3	36
28	5	4	3	3	5	1	5	5	3	4	4	4	46
29	5	4	2	4	4	1	5	5	3	4	4	4	45
30	5	4	3	4	5	5	5	4	4	1	4	5	49
31	2	4	2	2	3	5	5	3	3	3	3	5	40
32	1	4	4	5	3	5	4	5	5	2	2	5	45
33	3	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4	3	47
34	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	2	2	50
35	4	4	4	5	5	4	5	2	5	3	3	3	47
36	2	2	4	4	4	2	5	4	4	4	2	2	39
37	2	4	3	2	5	2	5	2	5	3	4	3	40
38	5	3	5	5	5	5	5	2	5	3	2	5	50
39	5	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	46
40	3	3	3	3	3	5	3	2	4	4	5	4	42
41	5	5	5	5	2	5	2	5	1	4	4	3	46
42	2	2	3	5	3	5	1	4	2	4	2	5	38
43	4	3	4	3	2	5	1	3	4	4	5	5	43
44	5	5	5	5	5	5	1	2	4	3	4	2	46
45	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	46
46	2	2	5	5	4	4	1	4	1	4	5	4	41
47	5	5	4	5	3	5	4	4	3	1	3	4	46
48	5	5	4	5	5	5	3	3	2	4	5	4	50
49	5	5	4	5	5	4	4	4	5	3	5	3	52
50	5	5	4	5	1	4	1	5	3	4	3	4	44
51	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	5	3	46

52	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	47
53	3	3	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	48
54	5	5	1	4	5	3	4	4	4	5	3	5	48
55	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	5	4	54
56	4	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	2	49
57	5	5	5	5	5	1	1	4	1	5	5	3	45
58	3	5	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	44
59	5	3	5	4	4	5	3	3	2	2	3	4	43
60	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	56
61	5	5	4	5	2	2	2	5	2	4	2	4	42
62	5	5	4	5	2	3	4	2	4	4	3	3	44
63	5	5	4	5	5	4	2	2	5	4	5	2	48
64	5	3	3	3	4	4	4	5	3	2	5	3	44
65	4	4	2	3	2	3	3	4	3	4	2	4	38
66	4	5	5	5	4	4	4	5	2	3	5	2	48
67	2	5	3	3	4	4	5	4	2	4	2	3	41
RANGE	3,93	3,81	3,66	3,91	3,81	3,75	3,63	3,75	3,75	3,72	3,79	3,60	



Lampiran 3 Hasil Output SPSS Uji Validitas

1. Hasil Uji Validitas Variabel X1

		Correlations														
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.050	-.171	-.024	.122	.138	-.110	.073	-.057	.102	-.039	-.066	.050	-.084	.271*
	Sig. (2-tailed)		.686	.165	.846	.324	.266	.376	.557	.645	.413	.752	.593	.686	.501	.026
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.2	Pearson Correlation	.050	1	.100	.032	.414*	.120	.010	-.062	-.022	.033	-.133	.017	1.000**	-.143	.491**
	Sig. (2-tailed)	.686		.419	.797	.001	.333	.936	.620	.859	.789	.284	.892	.000	.249	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.3	Pearson Correlation	-.171	.100	1	-.166	-.236	-.085	.020	.065	-.046	.148	-.022	.082	-.100	.181	.357**
	Sig. (2-tailed)	.165	.419		.180	.054	.494	.871	.602	.712	.233	.858	.508	.419	.142	.003
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.4	Pearson Correlation	-.024	.032	.166	1	.158	-.061	.445*	.276*	.197	.224	.023	-.122	.032	.023	.359**
	Sig. (2-tailed)	.846	.797	.180		.200	.623	.000	.024	.110	.068	.856	.327	.797	.852	.003
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.5	Pearson Correlation	.122	.414*	.236	.158	1	.160	.028	.303*	.235	.191	-.081	-.018	.414**	-.141	.547**
	Sig. (2-tailed)	.324	.001	.054	.200		.196	.822	.013	.056	.122	.514	.887	.001	.257	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.6	Pearson Correlation	.138	.120	-.085	-.061	.160	1	-.029	-.054	.112	-.072	.057	.065	.120	.036	.346**
	Sig. (2-tailed)	.266	.333	.494	.623	.196		.817	.663	.366	.565	.649	.600	.333	.772	.004
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.7	Pearson Correlation	-.110	.010	.020	.445*	.028	-.029	1	.344*	.390*	.165	.110	.048	.010	-.050	.323**
	Sig. (2-tailed)	.376	.936	.871	.000	.822	.817		.004	.001	.182	.376	.701	.936	.688	.008
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.8	Pearson Correlation	.073	-.062	-.065	.276*	.303*	-.054	.344*	1	.465*	.422**	-.087	-.012	-.062	.163	.415**
	Sig. (2-tailed)	.557	.620	.602	.024	.013	.663	.004		.000	.000	.486	.924	.620	.186	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.9	Pearson Correlation	-.057	.022	-.046	.197	.235	.112	.390*	.465*	1	.059	-.124	-.045	.022	-.029	.304*
	Sig. (2-tailed)	.645	.859	.712	.110	.056	.366	.001	.000		.633	.316	.717	.859	.813	.012
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.10	Pearson Correlation	.102	.033	.148	.224	.191	-.072	.165	.422*	.059	1	-.140	.020	.033	.141	.405**
	Sig. (2-tailed)	.413	.789	.233	.068	.122	.565	.182	.000	.633		.259	.869	.789	.255	.001
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.11	Pearson Correlation	-.039	-.133	-.022	.023	-.081	.057	.110	-.087	-.124	-.140	1	.548**	-.133	.307*	.280*
	Sig. (2-tailed)	.752	.284	.858	.856	.514	.649	.376	.486	.316	.259		.000	.284	.012	.022
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.12	Pearson Correlation	-.066	.017	.082	-.122	-.018	.065	.048	-.012	-.045	.020	.548**	1	.017	.293*	.394**
	Sig. (2-tailed)	.593	.892	.508	.327	.887	.600	.701	.924	.717	.869	.000		.892	.016	.001
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

X1.13	Pearson Correlation	.050	1.000**	.100	.032	.414*	.120	.010	-.062	.022	.033	-.133	.017	1	-.143	.491**
	Sig. (2-tailed)	.686	.000	.419	.797	.001	.333	.936	.620	.859	.789	.284	.892		.249	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X1.14	Pearson Correlation	-.084	-.143	.181	.023	-.141	.036	-.050	.163	-.029	.141	.307*	.293*	-.143	1	.320**
	Sig. (2-tailed)	.501	.249	.142	.852	.257	.772	.688	.186	.813	.255	.012	.016	.249		.008
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
TOTAL	Pearson Correlation	.271*	.491*	.357*	.359*	.547*	.346*	.323*	.415*	.304*	.405**	.280*	.394**	.491**	.320*	1
	Sig. (2-tailed)	.026	.000	.003	.003	.000	.004	.008	.000	.012	.001	.022	.001	.000	.008	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Validitas Variabel X2

		Correlations												
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.510**	.639**	.547**	-.140	-.180	-.181	.138	-.113	.102	-.009	-.035	.480**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.258	.145	.143	.266	.361	.413	.939	.780	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.2	Pearson Correlation	.510*	1	.339**	.375**	-.184	-.232	-.120	.164	-.058	.198	.121	.066	.442**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.002	.136	.058	.335	.183	.639	.108	.329	.594	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.3	Pearson Correlation	.639*	.339**	1	.365**	-.166	-.200	.323*	.118	-.194	-.088	-.125	-.104	.263*
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.002	.180	.105	.008	.341	.116	.480	.313	.402	.031
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.4	Pearson Correlation	.547*	.375**	.365**	1	-.146	-.212	-.168	.380*	-.062	.228	.162	-.036	.503**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002		.238	.085	.174	.002	.619	.063	.191	.771	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

X2.5	Pearson Correlation	-.140	-.184	-.166	-.146	1	.478*	.518*	-.080	.211	.043	-.027	-.015	.298*
	Sig. (2-tailed)	.258	.136	.180	.238		.000	.000	.518	.087	.731	.828	.905	.014
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.6	Pearson Correlation	-.180	-.232	-.200	-.212	.478*	1	.378*	-.056	.401*	.122	.028	.013	.311*
	Sig. (2-tailed)	.145	.058	.105	.085	.000		.002	.654	.001	.324	.822	.917	.010
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.7	Pearson Correlation	-.181	-.120	-.323**	-.168	.518*	.378*	1	-.112	.266*	.100	.006	.026	.279*
	Sig. (2-tailed)	.143	.335	.008	.174	.000	.002		.368	.030	.419	.961	.838	.022
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.8	Pearson Correlation	.138	.164	.118	.380**	-.080	-.056	-.112	1	.227	.234	.124	-.017	.422**
	Sig. (2-tailed)	.266	.183	.341	.002	.518	.654	.368		.064	.056	.315	.888	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.9	Pearson Correlation	-.113	-.058	-.194	-.062	.211	.401*	.266*	.227	1	.397**	.243*	.176	.491**
	Sig. (2-tailed)	.361	.639	.116	.619	.087	.001	.030	.064		.001	.047	.155	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.10	Pearson Correlation	.102	.198	-.088	.228	.043	.122	.100	.234	.397*	1	.425*	.280*	.601**
	Sig. (2-tailed)	.413	.108	.480	.063	.731	.324	.419	.056	.001		.000	.022	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.11	Pearson Correlation	-.009	.121	-.125	.162	-.027	.028	.006	.124	.243*	.425**	1	.542**	.498**
	Sig. (2-tailed)	.939	.329	.313	.191	.828	.822	.961	.315	.047	.000		.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X2.12	Pearson Correlation	-.035	.066	-.104	-.036	-.015	.013	.026	-.017	.176	.280*	.542*	1	.369**
	Sig. (2-tailed)	.780	.594	.402	.771	.905	.917	.838	.888	.155	.022	.000		.002
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
TOTAL	Pearson Correlation	.480*	.442**	.263*	.503**	.298*	.311*	.279*	.422*	.491*	.601**	.498*	.369**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.031	.000	.014	.010	.022	.000	.000	.000	.000	.002	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Correlations

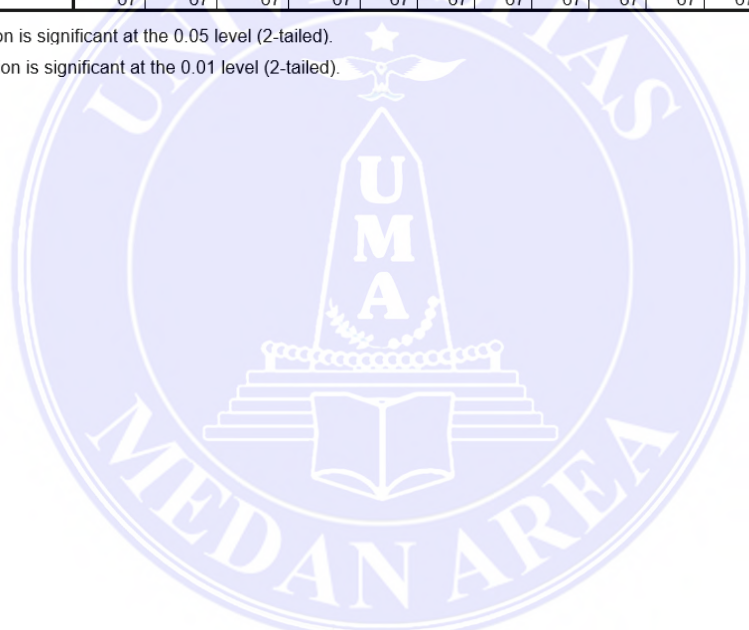
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	TOTAL
Y1 Pearson Correlation	1	.307*	.456**	.262*	.075	.176	-.137	-.091	-.118	-.010	.001	.011	-.210	-.222	.271*
Sig. (2-tailed)		.012	.000	.032	.544	.155	.269	.466	.340	.938	.993	.928	.088	.071	.026
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y2 Pearson Correlation	.307*	1	.684**	.698**	-.005	.007	-.139	-.041	-.116	-.133	.024	-.163	-.114	-.104	.282*
Sig. (2-tailed)	.012		.000	.000	.967	.955	.264	.740	.349	.282	.848	.187	.359	.401	.021
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y3 Pearson Correlation	.456**	.684**	1	.713**	-.009	.107	-.059	-.059	-.112	-.113	.055	-.110	-.220	-.200	.271*
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.944	.388	.633	.637	.367	.361	.657	.376	.074	.105	.026
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y4 Pearson Correlation	.262*	.698**	.713**	1	-.091	.001	-.181	-.040	-.070	-.056	.007	-.097	-.194	-.159	.260*
Sig. (2-tailed)	.032	.000	.000		.465	.992	.143	.750	.572	.650	.957	.436	.116	.199	.034
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y5 Pearson Correlation	.075	-.005	-.009	-.091	1	.459*	.484*	.252*	-.051	-.041	.123	-.046	.150	.168	.489**
Sig. (2-tailed)	.544	.967	.944	.465		.000	.000	.040	.683	.745	.321	.710	.226	.174	.000

N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y6 Pearson Correlation	.176	.007	.107	.001	.459*	1	.335*	.338*	-.151	-.151	-.107	-.104	-.024	-.117	.328**
Sig. (2-tailed)	.155	.955	.388	.992	.000		.006	.005	.222	.221	.390	.401	.848	.347	.007
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y7 Pearson Correlation	-.137	-.139	-.059	-.181	.484*	.335*	1	.356*	.052	-.002	.078	-.141	.184	.121	.405**
Sig. (2-tailed)	.269	.264	.633	.143	.000	.006		.003	.673	.990	.532	.255	.137	.328	.001
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y8 Pearson Correlation	-.091	-.041	-.059	-.040	.252*	.338*	.356*	1	.010	-.084	.004	-.135	-.117	-.079	.245*
Sig. (2-tailed)	.466	.740	.637	.750	.040	.005	.003		.937	.498	.975	.276	.344	.526	.045
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y9 Pearson Correlation	-.118	-.116	-.112	-.070	-.051	-.151	.052	.010	1	.764*	.448*	.425*	.184	-.060	.419**
Sig. (2-tailed)	.340	.349	.367	.572	.683	.222	.673	.937		.000	.000	.000	.137	.627	.000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y10 Pearson Correlation	-.010	-.133	-.113	-.056	-.041	-.151	-.002	-.084	.764*	1	.557*	.569*	.090	.002	.482**
Sig. (2-tailed)	.938	.282	.361	.650	.745	.221	.990	.498	.000		.000	.000	.469	.986	.000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y11 Pearson Correlation	.001	.024	.055	.007	.123	-.107	.078	.004	.448*	.557*	1	.496*	.073	.111	.581**
Sig. (2-tailed)	.993	.848	.657	.957	.321	.390	.532	.975	.000	.000		.000	.556	.370	.000
N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

Y1	Pearson	.011	-.163	-.110	-.097	-.046	-.104	-.141	-.135	.425*	.569*	.496*	1	.150	.132	.408**
2	Correlation									*	*	*				
	Sig. (2-tailed)	.928	.187	.376	.436	.710	.401	.255	.276	.000	.000	.000		.227	.287	.001
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y1	Pearson	-.210	-.114	-.220	-.194	.150	-.024	.184	-.117	.184	.090	.073	.150	1	.716*	.354**
3	Correlation														*	*
	Sig. (2-tailed)	.088	.359	.074	.116	.226	.848	.137	.344	.137	.469	.556	.227		.000	.003
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Y1	Pearson	-.222	-.104	-.200	-.159	.168	-.117	.121	-.079	-.060	.002	.111	.132	.716*	1	.306*
4	Correlation													*		
	Sig. (2-tailed)	.071	.401	.105	.199	.174	.347	.328	.526	.627	.986	.370	.287	.000	.012	.012
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
TO	Pearson	.271*	.282*	.271*	.260*	.489*	.328*	.405*	.245*	.419*	.482*	.581*	.408*	.354*	.306*	1
TA	Correlation					*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
L	Sig. (2-tailed)	.026	.021	.026	.034	.000	.007	.001	.045	.000	.000	.000	.001	.003	.012	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	49.30	38.455	.109	.696
X1.2	48.43	34.219	.539	.629
X1.3	48.75	35.859	.304	.663
X1.4	48.25	36.616	.397	.652
X1.5	48.37	33.753	.586	.623
X1.6	49.03	36.999	.198	.682
X1.7	48.28	36.358	.455	.646
X1.8	48.19	36.462	.484	.645
X1.9	48.10	36.853	.438	.649
X1.10	48.22	36.358	.432	.648
X1.11	48.64	38.870	.144	.684
X1.12	48.57	37.764	.205	.677
X1.13	48.48	38.981	.144	.684
X1.14	48.67	40.557	.015	.701

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	36.79	43.804	.500	.707
X2.2	36.27	46.775	.436	.717
X2.3	36.75	47.344	.411	.720
X2.4	36.57	47.855	.329	.731
X2.5	36.12	47.743	.415	.720
X2.6	35.99	50.773	.268	.736
X2.7	36.03	49.242	.340	.729
X2.8	36.51	47.042	.419	.719
X2.9	36.84	47.473	.398	.722
X2.10	36.48	46.284	.539	.706
X2.11	36.27	46.957	.402	.722
X2.12	36.78	53.207	.058	.762

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	40.84	51.927	.284	.643
Y2	40.79	53.956	.180	.657
Y3	40.99	53.076	.192	.657
Y4	40.37	56.783	.037	.674
Y5	40.82	49.816	.403	.625
Y6	40.81	50.250	.405	.626
Y7	41.30	47.849	.509	.608
Y8	40.84	48.139	.454	.615
Y9	41.10	48.489	.432	.619
Y10	41.25	52.435	.238	.650
Y11	41.54	52.737	.244	.649
Y12	41.36	51.779	.293	.642
Y13	41.18	54.695	.118	.667
Y14	40.96	53.862	.146	.664



PEMERINTAH KOTA MEDAN BADAN PENDAPATAN DAERAH

Jalan Jenderal Besar Haji Abdul Haris Nasution Nomor 32, Medan Johor,
Medan, Sumatera Utara, Kode Pos : 20143
Whatsapp : 081396366788
Laman: bapenda.pemkomedan.go.id, Pos-el : bapendamedan@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 000.9. SC / 1975

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M.ODI ANGGIA BATUBARA,S.STP
Jabatan : Sekretaris

dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : MUHAMMAD RAENALDI AKBAR
NPP : 198320110
Program Studi : Manajemen (Universitas Medan Area)

Berdasarkan Surat Rekomendasi Penelitian Nomor : 000.9/1935 tanggal 14 September 2023, benar yang bersangkutan telah selesai melakukan Riset / Penelitian di Badan Pendapatan Daerah Kota Medan. Penelitian tersebut dimaksud sebagai bahan masukan bagi yang bersangkutan untuk Penyusunan / Penulisan Skripsi yang berjudul :

“(Pengaruh Service Excellent dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pada Pembayaran Pajak Hotel Di Kantor BAPENDA Medan)”

Demikian Surat Keterangan ini dikeluarkan, untuk dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 27-9-2023
a.n. KEPALA BADAN PENDAPATAN
DAERAH KOTA MEDAN
SEKRETARIS

M.ODI ANGGIA BATUBARA, S.STP
PEMBINA TK I
NIP 19831010-200112 1 001



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Seba Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 856 / FEB / 01.1/ VII /2023
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

20 Juli 2023

Kepada Yth,
Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

N a m a : MUHAMMAD RAENALDI AKBAR
NPM : 198320110
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Service Excellent dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wajib Pajak pada Pembayaran Pajak Hotel di Kantor BAPENDA Medan

Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang Inovasi,
Kemahasiswaan Dan Alumni



Rana Fathinah Ananda, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal