

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LAYANAN WHATSAPP SAPA KARAWANG TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Nathisa Mardhatillah¹

Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia¹

Penulis korespondensi: nathisa.mardhatillah@widyatama.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan dan layanan WhatsApp Sapa Karawang terhadap kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Karawang. Faktor-faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan dan layanan WhatsApp Sapa Karawang sebagai variabel independen, sedangkan kepatuhan Wajib Pajak sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan metode expalanatory untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Karawang yang berjumlah 109.086 Wajib Pajak. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan teknik non-probability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling, serta menggunakan rumus slovin. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang Wajib Pajak Orang Pribadi yang di KPP Pratama Karawang. Metode analisis data yang dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda pada taraf signifikansi sebesar 10%. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan SPSS for windows versi 29. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dan simultan, menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan layanan WhatsApp Sapa Karawang berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Karawang. Besarnya Kualitas pelayanan dan layanan WhatsApp Sapa Karawang dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Karawang sebesar 39,9%. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan pemanfaatan layanan digital seperti WhatsApp Sapa Karawang dapat mendorong peningkatan kepatuhan Wajib Pajak secara efektif.

KATA KUNCI

Kepatuhan Wajib Pajak, Kualitas pelayanan, Layanan WhatsApp Sapa Karawang.

PENDAHULUAN

Pendapatan pajak merupakan salah satu pilar utama yang menopang kesejahteraan ekonomi negara (Mariana & Mulyati, 2019). Keberlanjutan pembangunan dan stabilitas ekonomi suatu negara sangat bergantung pada pendapatan pajak yang bersumber dari warga negara dan badan usaha. Selama beberapa tahun terakhir, penerimaan pajak di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, seperti yang tercatat pada tahun 2020 hingga 2022 (Fitri & Shaleh, 2022). Namun, meskipun penerimaan pajak meningkat, salah satu permasalahan utama dalam sistem perpajakan adalah rendahnya tingkat kepatuhan Wajib Pajak (Andari & Purnamasari, 2021).

Di KPP Pratama Karawang, data rasio kepatuhan Wajib Pajak dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) menunjukkan tren fluktuatif. Rasio kepatuhan Wajib Pajak pada tahun 2018 hingga 2022 berkisar antara 121,64% hingga 142,92% (KPP Pratama Karawang, 2024). Meskipun secara keseluruhan rasio ini terlihat cukup tinggi, ada penurunan signifikan dalam rasio kepatuhan Wajib Pajak non-karyawan, dari 115,26% pada 2019 menjadi hanya 30,06% pada 2022. Data ini menunjukkan adanya ketimpangan dalam tingkat kepatuhan antara Wajib Pajak karyawan dan non-karyawan, yang mengindikasikan masih adanya masalah kepatuhan, terutama di kalangan Wajib Pajak non-karyawan.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan berbagai faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak, termasuk Kualitas pelayanan dan efektivitas teknologi informasi dalam mendukung administrasi pajak (Ischabita et al., 2022). Layanan *WhatsApp* telah diadopsi oleh Direktorat Jenderal Pajak sebagai salah satu inovasi dalam mendukung komunikasi dan konsultasi perpajakan, seperti layanan *WhatsApp* Sapa Karawang di KPP Pratama Karawang (Darmansyah et al., 2023). Namun, penelitian tentang efektivitas layanan *WhatsApp* dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak masih terbatas. Beberapa penelitian sebelumnya berfokus pada Kualitas pelayanan, tetapi belum banyak yang secara spesifik mengukur dampak layanan berbasis aplikasi *WhatsApp* terhadap kepatuhan pajak (Hilabi & Priati, 2018).

Kesenjangan penelitian yang ada terletak pada kurangnya kajian mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan pemanfaatan layanan *WhatsApp* Sapa Karawang terhadap kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Karawang. Hal ini menjadi penting mengingat implementasi layanan berbasis teknologi informasi merupakan upaya untuk meningkatkan kepatuhan pajak melalui kemudahan akses informasi dan layanan perpajakan. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan kebaruan dengan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan layanan *WhatsApp* terhadap kepatuhan pajak, menggunakan pendekatan yang berfokus pada perilaku pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas pelayanan dan layanan *WhatsApp* Sapa Karawang terhadap kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Karawang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pemerintah dalam meningkatkan kualitas layanan perpajakan dan kepatuhan Wajib Pajak melalui inovasi teknologi informasi.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) awalnya dikembangkan oleh Icek Ajzen sebagai perpanjangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang ia ciptakan bersama Martin Fishbein pada tahun 1967. TRA menekankan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niatnya, yang terbentuk dari sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Namun, karena perilaku sering kali tidak sepenuhnya berada di bawah kendali individu, Ajzen (1988) mengembangkan TPB yang menambahkan faktor *perceived behavioral control*. *Perceived behavioral control* ini mencerminkan persepsi individu mengenai sejauh mana mereka dapat mengontrol suatu tindakan. Menurut Ajzen (1991) niat berperilaku dipengaruhi oleh tiga

komponen utama, yaitu: sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*).

(Pangestie & Satyawan, 2019) mengungkapkan bahwa TPB relevan dalam memahami perilaku patuh wajib pajak. Sikap wajib pajak terhadap kewajiban pajak, norma subjektif yang mempengaruhi mereka, serta persepsi mereka tentang kemudahan atau kesulitan melaksanakan kewajiban pajak semuanya memengaruhi niat mereka untuk mematuhi peraturan pajak. Kualitas pelayanan, yang dinilai dari kepuasan wajib pajak, berperan penting dalam meningkatkan persepsi positif dan kontrol perilaku wajib pajak, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kepatuhan mereka.

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Fred Davis (1989) untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. TAM mengidentifikasi dua variabel utama yang memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan suatu teknologi, yaitu: *Perceived Usefulness* (Persepsi bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja individu) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi bahwa teknologi tersebut mudah dipahami dan digunakan).

Riyadin (2019) mengemukakan bahwa TAM dapat digunakan untuk menganalisis penerimaan wajib pajak terhadap sistem teknologi yang diterapkan oleh otoritas pajak, seperti e-filing atau layanan *WhatsApp* Sapa Karawang. Penerapan layanan *WhatsApp* sebagai media komunikasi pajak memudahkan wajib pajak dalam mengakses informasi dan menyelesaikan kewajiban perpajakan mereka. (Yusuf, 2018) menunjukkan bahwa semakin mudah teknologi tersebut digunakan dan semakin besar manfaat yang dirasakan oleh wajib pajak, semakin tinggi tingkat penerimaan dan kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan mereka.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak dapat didefinisikan sebagai keinginan wajib pajak untuk secara sukarela mematuhi peraturan perpajakan tanpa perlu adanya tindakan penegakan hukum. Syahrial (2022) menjelaskan bahwa pemahaman pajak merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepatuhan, karena pengetahuan wajib pajak tentang kewajiban mereka memengaruhi perilaku mereka. Kepatuhan wajib pajak, menurut Putri (2022) juga dipengaruhi oleh sikap individu terhadap peraturan pajak, persepsi mereka tentang kemudahan melaksanakan kewajiban, serta faktor sosial yang mendorong mereka untuk patuh.

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat di mana instansi pajak mampu memberikan pelayanan yang efektif dan efisien kepada wajib pajak. Penelitian oleh Mahendra dan Budiarta (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan wajib pajak, yang pada akhirnya meningkatkan kepatuhan pajak. Syahrial (2022) menekankan bahwa pelayanan yang profesional, disiplin, dan transparan adalah kunci dalam membangun kepercayaan wajib pajak.

Sistem Informasi dalam Perpajakan

Sistem informasi adalah kerangka kerja yang dirancang untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan informasi yang relevan bagi penggunanya. Menurut Sutabri (2012) sistem informasi mencakup perangkat keras, perangkat lunak, basis data, prosedur, dan personal yang terlibat dalam pengelolaan data. Alfiansyah (2021) menambahkan bahwa sistem informasi yang efektif harus mampu memberikan data yang relevan dan mendukung proses pengambilan keputusan.

Di KPP Pratama Karawang, sistem informasi diimplementasikan melalui layanan *WhatsApp* Sapa Karawang, yang memudahkan komunikasi antara wajib pajak dan otoritas pajak. Menurut Darmansyah

et al., (2023), layanan ini telah terbukti meningkatkan kepuasan wajib pajak melalui kemudahan akses dan kecepatan respons.

HIPOTESIS

Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pelayanan yang berkualitas memainkan peran penting dalam memastikan wajib pajak merasa dihargai dan dilayani dengan baik oleh instansi pajak. Riyadin, (2019) menyatakan bahwa pelayanan pajak yang efektif dapat memengaruhi persepsi positif wajib pajak terhadap instansi pajak dan meningkatkan kepatuhan mereka. Penelitian oleh Riadita dan Saryadi (2019) serta menemukan bahwa kualitas Puspanita et al., (2020) pelayanan pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang efektif dan memadai mendorong wajib pajak untuk lebih mematuhi peraturan perpajakan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Putri (2022) menunjukkan temuan yang berbeda, yaitu Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka hipotesis yang dapat dirumuskan:

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Penggunaan layanan *WhatsApp* Sapa Karawang merupakan salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam memberikan pelayanan perpajakan. Layanan ini memberikan akses cepat dan mudah bagi wajib pajak untuk mengajukan pertanyaan atau memperoleh informasi terkait kewajiban perpajakan mereka. Yusuf (2018) menekankan pentingnya layanan berbasis teknologi yang cepat dan efisien dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hal ini juga didukung oleh temuan Putri (2022) yang menunjukkan bahwa penerapan sistem perpajakan berbasis elektronik, seperti *e-Billing* dan *e-Filing*, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka hipotesis yang dapat dirumuskan:

H₂ : Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang terhadap Kepatuhan Wajib pajak

Kepatuhan merupakan perilaku positif yang sebaiknya dimiliki oleh setiap individu. Kepatuhan mencerminkan tanggung jawab individu dan kontribusi positif terhadap menciptakan lingkungan yang lebih teratur, menaati aturan, dan saling menghormati bagi semua pihak yang terlibat. Kualitas pelayanan dan layanan informasi dalam perpajakan mencakup sejauh mana instansi pajak mampu memberikan layanan yang berkualitas kepada para Wajib Pajak. Semakin baik kualitas pelayanan dan layanan informasi yang disediakan, maka akan meningkatkan tingkat kepatuhan Wajib Pajak (Ernawatiningsih & Sudiartana, 2020). Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang dapat dirumuskan:

H₃ : Kualitas pelayanan dan Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib pajak.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data dari kuesioner yang disebarkan kepada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Karawang. Pengujian variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS *for Windows* versi 29. Penelitian ini juga mencakup analisis korelasi antara Kualitas

pelayanan serta efektivitas layanan *WhatsApp* Sapa Karawang sebagai media komunikasi antara KPP Pratama Karawang dan Wajib Pajak.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian. Untuk mendapatkan informasi mengenai masalah pada penelitian, penulis memperoleh data dari Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Karawang. Adapun waktu dilakukannya penelitian adalah Maret hingga Juni 2024.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016), pendekatan kuantitatif digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Analisis data dalam pendekatan ini bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer. Data primer digunakan dalam penelitian yaitu mengenai pernyataan setuju atau tidak setujunya berikaitan dengan kuesioner yang diberikan kepada responden sebagai sumber data pada Wajib Pajak yang terdaftar di KPP Pratama Karawang.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Karawang tahun 2022 sebanyak 109.086 Wajib Pajak. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*, khususnya *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu, di mana subjek yang dipilih dianggap memenuhi kriteria yang relevan Sugiyono (2016). Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 100 Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Karawang.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner. Data dikumpulkan secara langsung dari responden yang merupakan Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Karawang. Jawaban responden kemudian diukur menggunakan skala likert, dengan 5 pilihan yaitu: 5 = Sangat Setuju (SS), 4 = Setuju (S), 3 = Netral (N), 2 = Tidak Setuju (TS), dan 1 = Sangat Tidak Setuju (STS).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji koefisien determinasi, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Model analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu:

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

Keterangan:

Y = Tingkat kepatuhan Wajib Pajak

α = Bilangan berkonstanta

β_i = Koefisien regresi atau intersep

X = Variabel bebas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 20 butir pernyataan dengan perincian 8 butir pernyataan mengenai variabel Kualitas pelayanan, 5 butir pernyataan mengenai variabel Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang, dan 7 butir pernyataan mengenai Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Karawang. Kuesioner dalam penelitian ini berjumlah 100 kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 Wajib Pajak Orang Pribadi karyawan dan non karyawan yang terdaftar di KPP Pratama Karawang.

Uji Validitas

(Tabel 1. Hasil Uji Validitas)

Variabel	No Item	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Kualitas pelayanan	1	0,540	0,1966	Valid
	2	0,580	0,1966	Valid
	3	0,436	0,1966	Valid
	4	0,559	0,1966	Valid
	5	0,522	0,1966	Valid
	6	0,647	0,1966	Valid
	7	0,544	0,1966	Valid
	8	0,372	0,1966	Valid
Layanan <i>WhatsApp</i> Sapa Karawang	1	0,562	0,1966	Valid
	2	0,503	0,1966	Valid
	3	0,600	0,1966	Valid
	4	0,549	0,1966	Valid
	5	0,615	0,1966	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak	1	0,473	0,1966	Valid
	2	0,551	0,1966	Valid
	3	0,368	0,1966	Valid
	4	0,410	0,1966	Valid
	5	0,428	0,1966	Valid
	6	0,444	0,1966	Valid
	7	0,388	0,1966	Valid

Sumber : Diolah Oleh Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, seluruh item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel memiliki koefisien validitas atau nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,1966, sehingga seluruh item pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid. Dengan demikian, setiap item dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud dengan akurat dan dapat dipercaya.

Uji Reliabilitas

(Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas)

Variabel	Cronbachs Alpha	Nilai kriteria	Kesimpulan
Kualitas pelayanan	0,617	0,600	Reliabel
Layanan <i>WhatsApp</i> Sapa Karawang	0,603	0,600	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,617	0,600	Reliabel

Sumber : Diolah Oleh Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha yang melebihi titik kritis sebesar 0,600, sehingga variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel. Dari hasil pengujian validitas dan reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa setiap item dalam kuesioner telah teruji validitas dan reliabilitasnya dengan baik, sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

(Tabel 3. Hasil Uji Normalitas)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.31623644
Most Extreme Differences	Absolute		.074
	Positive		.074
	Negative		-.063
Test Statistic			.074
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.195
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig. 99% Confidence Interval	Lower Bound	.186
		Upper Bound	.176
			.196

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,186 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

(Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas)

Model	Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF

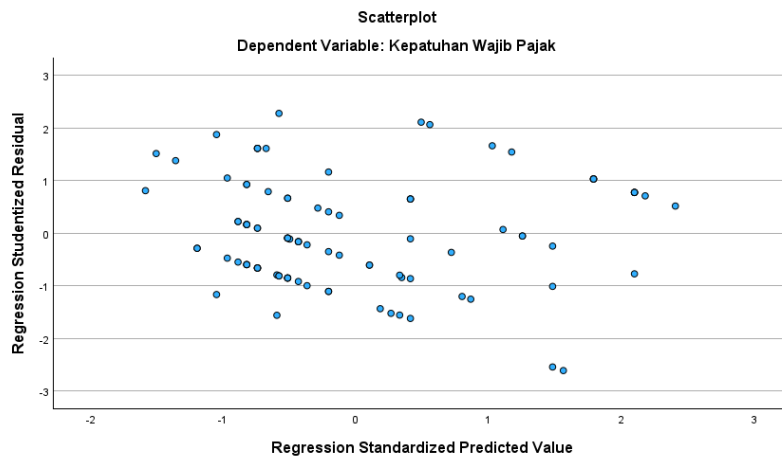
1	Kualitas pelayanan	.847	1.181
	Layanan <i>WhatsApp</i> Sapa Karawang	.847	1.181

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

Nilai *tolerance* untuk kedua variabel X adalah 0,847. Kedua nilai ini lebih besar dari 0,10, yang mengindikasikan tidak adanya korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Selain itu, perhitungan *Variance Intolerance Factor* (VIF) menunjukkan nilai kurang dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

Gambar 1. Diagram *Scatterplot*

Berdasarkan gambar, titik-titik data tersebar secara acak di sekitar sumbu horizontal (nilai residual 0), yang mengindikasikan bahwa model regresi tidak menunjukkan pola tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dibentuk terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

(Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	14.512	2.248			6.456	<,001
Kualitas pelayanan	.339	.055	.521		6.157	<,001
Layanan <i>WhatsApp</i> Sapa Karawang	.250	.095	.222		2.622	.010

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 14.512 + 0,339X1 + 0,250X2$$

Koefisien yang terdapat pada persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta Kepatuhan Wajib Pajak (Y) sebesar 14,512 yang menyatakan jika variabel X1,X2 sama dengan nol yaitu Kualitas pelayanan dan layanan *WhatsApp* Sapa Karawang, maka kepatuhan Wajib Pajak adalah sebesar 14,512.
2. Koefisien X1 sebesar 0,339 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 (Kualitas pelayanan) sebesar 1% maka kepatuhan Wajib Pajak meningkat sebesar 0,339 (33,9%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X1 (Kualitas pelayanan) sebesar 1% maka kepatuhan Wajib Pajak menurun sebesar 0,339 (33,9%).
3. Koefisien X2 sebesar 0,250 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X2 (layanan *WhatsApp* Sapa Karawang) sebesar 1% maka kepatuhan Wajib Pajak meningkat sebesar 0,250 (25%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X2 (layanan *WhatsApp* Sapa Karawang) sebesar 1% maka kepatuhan Wajib Pajak akan menurun sebesar 0,250 (25%).

Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

(Tabel 6. Hasil Uji T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	14.512	2.248		6.456	<,001
Kualitas pelayanan	.339	.055	.521	6.157	<,001
Layanan <i>WhatsApp</i> Sapa Karawang	.250	.095	.222	2.622	.010

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

Variabel Kualitas pelayanan memiliki nilai thitung sebesar 6,157 dan nilai signifikansi 0,001. Ketika dibandingkan dengan ttabel yang diperoleh dari perhitungan menggunakan rumus $t(\alpha/2 ; n-k-1)$ dimana α = tingkat kepercayaan (0,05), n = jumlah sampel (100), k = jumlah banyaknya variabel x (1), maka ttabel = $(0,05/2 ; 100-2-1)$, sehingga didapatkan ttabel adalah $(0,025 ; 97)$ atau sebesar 1,985. Dari hasil perbandingan, diketahui bahwa thitung sebesar 6,157 jauh lebih besar dari ttabel yang bernilai 1,985,

menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini juga ditunjukkan oleh nilai signifikansi variabel Kualitas pelayanan sebesar $<0,001$ yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Berdasarkan tabel tersebut, variabel kepatuhan Wajib Pajak memperoleh nilai thitung sebesar 2,622 dan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,010. Apabila dibandingkan dengan nilai ttabel yang dihitung sebesar 1,985, terlihat bahwa 2,622 lebih besar dari 1,985. Selain itu, nilai signifikansi 0,010 juga lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, berdasarkan analisis ini, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya, variabel layanan *WhatsApp* Sapa Karawang berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

(Tabel 7. Hasil Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	119.875	2	59.937	33.897	<,001 ^b
	Residual	171.515	97	1.768		
	Total	291.390	99			

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

b. Predictors: (Constant), Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang, Kualitas pelayanan

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

Hasil pengujian hipotesis (Uji F) menunjukkan bahwa nilai signifikansi model regresi secara simultan adalah 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (5%). Selain itu, hasil perbandingan antara Fhitung dan Ftabel menunjukkan bahwa Fhitung bernilai 33,897 sedangkan Ftabel adalah 3,94, dengan perhitungan Ftabel adalah $F(k-1 ; n-k)$, dimana $F = (2-1 ; 100 - 1)$ dengan hasil $F=(1 ; 99) = 3,94$. Berdasarkan hasil ini, terlihat bahwa Fhitung lebih besar dari Ftabel ($33,897 > 3,94$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 dan H2 diterima. Ini berarti bahwa variabel Kualitas pelayanan dan Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Karawang.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

(Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 ^a	.411	.399	1.330

a. Predictors: (Constant), Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang, Kualitas pelayanan

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Rsquare* sebesar 0,411. Ini berarti bahwa variabilitas variabel dependen, yaitu Kepatuhan Wajib Pajak, dapat dijelaskan oleh variabel

independen seperti Kualitas pelayanan dan Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang dalam penelitian ini adalah 39,9%, sedangkan sisanya 60,1% variabilitas dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_1 diterima, di mana responden menilai kualitas pelayanan di KPP Pratama Karawang sangat baik. Pelayanan yang ramah, responsif, serta prosedur yang efisien dan jelas, meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak. Penelitian ini konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh persepsi kontrol seseorang. Temuan ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya (Purnamasari et al., 2024; Puspanita et al., 2020; Riadita & Saryadi, 2019) meskipun berbeda dengan hasil (Putri, 2022).

Pengaruh Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_2 diterima, di mana responden menilai layanan *WhatsApp* Sapa Karawang sangat baik dan membantu dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Layanan ini dianggap mudah digunakan, aman, dan bermanfaat. Sesuai dengan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM), penerimaan layanan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatannya. Wajib Pajak akan menggunakan layanan jika mereka merasakan manfaatnya. Penelitian ini konsisten dengan temuan Yusuf (2018) dan Putri (2022) namun berbeda dengan Cahyaningrum (2021) yang menyatakan bahwa *e-Billing* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Kualitas pelayanan dan Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan mencerminkan tanggung jawab dan kontribusi positif individu dalam menciptakan lingkungan yang tertib. Dalam konteks Wajib Pajak, kepatuhan berarti memenuhi kewajiban perpajakan sesuai aturan. Kualitas pelayanan perpajakan meliputi efisiensi, kejelasan informasi, kemudahan akses, dan bantuan dalam kewajiban perpajakan. Semakin baik kualitas layanan, semakin tinggi kepatuhan Wajib Pajak (Ernawatiningsih & Sudiartana, 2020). Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,000, lebih kecil dari 0,05, dengan $F_{hitung} 33,897 > F_{tabel} 3,94$. Ini berarti bahwa Kualitas pelayanan dan Layanan *WhatsApp* Sapa Karawang berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penulis menyimpulkan bahwa Kualitas pelayanan dan layanan *WhatsApp* Sapa Karawang berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

KETERBATASAN DAN SARAN

Keterbatasan pada penelitian ini hanya berfokus pada layanan *WhatsApp* Sapa Karawang, dengan melibatkan satu Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Karawang saja. Adapun ruang lingkup penelitian juga dibatasi, yaitu hanya menggunakan variabel Kualitas pelayanan serta *WhatsApp* Sapa Karawang.

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan subjek lain di wilayah Provinsi Jawa Barat serta menambah variabel seperti akuntabilitas perpajakan, sanksi pajak, dan pengetahuan perpajakan. Dengan demikian, penelitian akan lebih kuat dan memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfiansyah, F. (2021). Mengenal Komponen Sistem Informasi Manajemen. In *Jurnal Sistem Informasi Manajemen No* (Vol. 1, Issue 1). Mei 2021 Sistem Informasi.
- Andari, D., & Purnamasari, D. (2021). The Impact of Information For Taxcut Also Expense Assents Once Taxpaying Consistence With Assessment Questions (Case Study at the Cicadas Tax Office). In *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* (Vol. 12, Issue 8).
- Cahyaningrum, A. (2021). *Pengaruh Penerapan E-Registration, E-Filling, dan E-Billing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Pelaksanaan Pembayaran Pajak Orang Pribadi Yang Menjalankan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Coffee Shop di Kabupaten Sleman.*
- Darmansyah, Priatna, A., & Krismoniga. (2023). *Dirgamaya Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi Analisis Kepuasan Wajib Pajak Pengguna Layanan Whatsapp Sapa Karawang Di KPP Pratama Karawang Menggunakan End User Computing Satisfaction.*
- Ernawatiningsih, N. P. L., & Sudiartana, I. M. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap KepatuhanWajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan PajakPratama Denpasar Timur. *JURNAL AKUNTANSI PROFESI*, 14 Nomor 3, 482–491. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jippg.v3i2>
- Fitri, S., & Shaleh, K. (2022). Dampak Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan. *Journal Management, Business, and Accounting*, 21(3), 274–285.
- Hilabi, S. S., & Priati. (2018). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Media Sosial Whatsapp Mobile Online. *Buana Ilmu*, 3(1), 119–136.
- Ischabita, N., Hardiwinoto, & Nurcahyono. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak, Penagihan Pajak, Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan, Dan Portofolio*, 02, 01–13.
- Mahendra, I. P. A. J., & Budiarta, I. K. (2020). Pengaruh Penerapan E-Filling Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Perpajakan pada Kepatuhan WPOP. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(5), 1183. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i05.p09>
- Mariana, C., & Mulyati, Y. (2019). The Influence of Tax Collection by Warning Letter and Distress Warrant on Tax Revenues: Case Study of the Purwakarta Tax Office in 2013-2017. In *An International Journal* (Vol. 11, Issue 1). <https://www.researchgate.net/publication/356811537>
- Pangestie, D. D., & Satyawan, M. D. (2019). *Aplikasi Theory Of Planned Behaviour : Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan di Kota Surabaya* (Vol. 8, Issue 1). <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/>
- Purnamasari, D., Sari, D., & Mulyati, Y. (2024). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 8(1), 934–943. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i1.1876>
- Puspanita, I., Machfuzhoh, A., & Pratiwi, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 2, 71–78.
- Putri, N. A. (2022). *Pengaruh Penerapan E-System Perpajakan, Kualitas pelayanan, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku Pekerjaan Bebas.*
- Riadita, F. A., & Saryadi. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada UMKM yang Terdaftar di KPP Pratama Semarang Selatan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 105–113.
- Riyadin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). *Simplex*, 2 (1), 41–50.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D.* Alfabeta.

- Sutabri, T. (2012). *Analisis Sistem Informasi* (Andi, Ed.).
- Syahrial, I. (2022). Pengaruh Penerapan e-SPT, Pengetahuan Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Kemayoran. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 9(2), 70–84. <https://doi.org/10.55963/jraa.v9i2.471>
- Yusuf, E. R. (2018). *Pengaruh Layanan Pajak Online terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi (Studi Empiris pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Samarinda) The Effect of Online Tax Services on Personal Taxpayer Compliance (Empirical Study in Samarinda TaxOffice)*.