

Dampak Transformasi Digital Pelayanan Pajak, Asistensi Relawan Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Muhamad Azharudin^{1*}, Linawati²

^{1,2}Universitas Pamulang, Program Studi Akuntansi Perpajakan, Tangerang Selatan
¹rudiansyahazhar01@gmail.com, ²elin.linawati79@gmail.com

**Corresponding Author*

Diajukan : 05/06/2026

Disetujui : 28/06/2026

Dipublikasi : 30/06/2026

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Transformasi Digital Pelayanan Pajak, Asistensi Relawan Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepuasan Wajib Pajak pada KPP Pratama Serpong. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada wajib pajak orang pribadi yang terdaftar pada tahun 2025. Penentuan sampel penelitian ini ditentukan menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Transformasi Digital Pelayanan Pajak tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak. Sementara itu, Asistensi Relawan Pajak dan Kualitas Pelayanan Pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa kepuasan wajib pajak masih lebih dipengaruhi oleh kualitas interaksi langsung dibandingkan pemanfaatan layanan digital. Oleh karena itu, Direktorat Jenderal Pajak perlu mengoptimalkan pendampingan relawan pajak dan kualitas pelayanan, serta meningkatkan efektivitas implementasi layanan digital agar manfaatnya dapat dirasakan secara lebih luas oleh wajib pajak. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian administrasi perpajakan serta menjadi masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan efektivitas pendampingan kepada wajib pajak di era digital.

Kata Kunci: Asistensi Relawan Pajak, Kepuasan Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, Transformasi Digital Pelayanan Pajak

1. Pendahuluan

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama negara yang memiliki peran strategis dalam mendukung pelaksanaan pembangunan nasional. Penerimaan pajak digunakan untuk membiayai berbagai kebutuhan publik, seperti pembangunan infrastruktur, fasilitas umum, pelayanan kesehatan, pendidikan, serta berbagai program kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan pembangunan nasional sangat dipengaruhi oleh optimalisasi penerimaan pajak yang bersumber dari kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya. Tingginya tingkat kepatuhan wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh aspek regulasi, tetapi juga berkaitan erat dengan tingkat kepuasan wajib pajak terhadap layanan yang diberikan oleh otoritas perpajakan. Kepuasan wajib pajak menjadi faktor penting karena dapat mendorong motivasi wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakan secara sukarela dan berkelanjutan.

Berdasarkan Laporan Kinerja KPP Pratama Serpong tahun 2024 dan indeks kepuasan pelayanan tahun 2024 triwulan 1 yang dipublikasikan melalui www.djp.go.id, tingkat kepuasan pelayanan pada KPP Pratama Serpong tercatat mencapai 96,75%. Tingginya tingkat kepuasan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki keterkaitan yang kuat terhadap persepsi positif wajib pajak dalam menerima layanan perpajakan. Kepuasan pada dasarnya merupakan bentuk respon emosional atas kualitas layanan yang diterima oleh pengguna layanan. Dalam konteks perpajakan, kepuasan wajib pajak menjadi elemen penting dalam menjaga kepatuhan dan mendukung optimalisasi penerimaan negara.

Meskipun demikian, perkembangan digitalisasi layanan perpajakan masih menghadapi berbagai tantangan dalam implementasinya. Fenomena tersebut tercermin pada hasil studi kasus di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bengkulu Satu yang menunjukkan rendahnya tingkat penggunaan *e-filing* oleh wajib pajak orang pribadi. Berdasarkan data hasil penelitian terdahulu, dari 37.480 wajib pajak yang seharusnya melaporkan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT), hanya 30.038 wajib pajak yang melakukan pelaporan. Permasalahan tersebut dipengaruhi oleh rendahnya literasi digital, faktor usia, keterbatasan pemahaman dalam menggunakan *e-filing*, serta kendala teknis seperti lupa kata sandi dan akses email (Kartika & Tanno, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital dalam pelayanan perpajakan belum sepenuhnya mampu menjangkau seluruh karakteristik wajib pajak.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pemerintah dalam menciptakan sistem perpajakan berbasis digital dengan realitas implementasi di lapangan. Rendahnya pemanfaatan layanan digital mengindikasikan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan pengguna dalam menerima dan memanfaatkan teknologi tersebut. Dalam perpektif *Theory of Planned Behavior*, perilaku wajib pajak dipengaruhi sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Keterbatasan literasi digital serta hambatan teknis yang dialami wajib pajak mencerminkan rendahnya *perceived behavioral control* dalam menggunakan layanan digital perpajakan. Sementara itu, berdasarkan *Technology Acceptance Model*, rendahnya persepsi kemudahan pengguna (*perceived ease of use*) dan persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dapat menurunkan intensitas wajib pajak dalam menggunakan layanan digital secara berkelanjutan.

Dalam menghadapi kondisi tersebut, transformasi digital pelayanan pajak menjadi salah satu strategi yang dikembangkan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada wajib pajak. Transformasi digital pelayanan pajak merupakan bentuk modernisasi administrasi perpajakan yang bertujuan meningkatkan efisiensi, kemudahan akses, serta efektivitas pelayanan melalui pemanfaatan teknologi informasi. Meskipun demikian, efektivitas implementasinya masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian Anindya et al., (2025) dan Yuliyana & Suparwo, (2023) menunjukkan bahwa layanan perpajakan berbasis digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak. Sebaliknya, Lappra et al., (2025) menemukan bahwa pembayaran pajak secara daring tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak dan Wahdini & Rusdi, (2024) menemukan bahwa penerapan *e-filing* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak. Perbedaan tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada tingkat penerimaan dan kemampuan wajib pajak dalam memanfaatkannya. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa efektivitas transformasi pelayanan digital pelayanan pajak tidak semata-mata bergantung pada penerapan teknologi, melainkan juga pada bagaimana wajib pajak menerima, memahami, dan memanfaatkan teknologi tersebut. Ketika layanan digital belum dipersepsikan mudah digunakan serta belum memberikan manfaat yang optimal, tingkat kepuasan wajib pajak berpotensi tidak meningkat secara maksimal.

Selain itu, keberadaan asistensi relawan pajak menjadi salah satu bentuk pendekatan pelayanan yang dinilai mampu membantu wajib pajak dalam memahami prosedur perpajakan, khususnya penggunaan layanan digital. Penelitian yang dilakukan oleh Fauziah et al., (2025), dan Hanifa et al., (2025), menunjukkan bahwa asistensi relawan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak karena relawan pajak mampu membantu proses pelaporan yang dilakukan oleh wajib pajak menjadi lebih mudah dan efisien. Namun demikian, hasil penelitian oleh Pradnyani & Utthavi, (2020), menunjukkan bahwa efektivitas relawan pajak tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap jumlah wajib pajak yang melaporkan SPT. Sehingga dapat di indikasikan bahwa keberadaan relawan pajak belum tentu menghasilkan perubahan perilaku wajib pajak secara signifikan, dan dapat diasumsikan bahwa pendampingan yang diberikan oleh relawan pajak berpotensi tidak mampu dalam meningkatkan kepuasan wajib pajak. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap yang masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya terkait efektivitas asistensi relawan pajak dalam meningkatkan kepuasan wajib pajak.

Faktor lain yang turut memengaruhi kepuasan wajib pajak adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan persepsi positif terhadap layanan yang diberikan oleh otoritas pajak. Penelitian Anindya et al., (2025) serta Harefa & Siregara, (2024), menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wajib pajak. Namun sebaliknya, Rohmawati & Yanto, (2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi empiris yang membuka ruang untuk penelitian lanjutan mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan wajib pajak.

Berdasarkan fenomena dan berbagai hasil penelitian terdahulu, masih ditemukan perbedaan hasil penelitian terkait pengaruh asistensi relawan pajak, kualitas pelayanan, dan transformasi digital pelayanan pajak terhadap kepuasan wajib pajak. Ketidakkonsistenan temuan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan empiris yang masih memerlukan pengujian lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kembali hubungan antara ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan wajib pajak dengan menghadirkan kebaruan berupa pengujian secara simultan pada konteks pelayanan perpajakan di KPP Pratama Serpong. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian administrasi perpajakan dan pelayanan publik, khususnya dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan wajib pajak di tengah perkembangan digitalisasi layanan perpajakan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam merumuskan strategi pelayanan yang lebih efektif, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan wajib pajak.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan *grand theory* yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Teori yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) tersebut menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat berperilaku (*behavioral intention*), sedangkan niat tersebut terbentuk melalui tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

Dalam konteks perpajakan, *Theory of Planned Behavior* relevan digunakan untuk menjelaskan bagaimana persepsi wajib pajak terhadap pelayanan perpajakan mampu membentuk sikap dan dorongan perilaku dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Menurut (Wahdini & Rusdi, 2024), norma subjektif dalam TPB berkaitan dengan keyakinan bahwa pihak lain dapat mendorong atau menghambat perilaku seseorang. Oleh karena itu, keberadaan transformasi digital pelayanan pajak, relawan pajak, serta kualitas pelayanan perpajakan dipandang mampu mempengaruhi perilaku dan persepsi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. melalui pendekatan tersebut, pelayanan perpajakan tidak hanya dipahami sebagai aktivitas administratif, tetapi juga sebagai bentuk interaksi sosial yang membutuhkan kepercayaan, kenyamanan, dan kemudahan akses agar mampu menciptakan kepuasan wajib pajak.

2.2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model merupakan teori yang dikembangkan oleh Davis, (1989) untuk menjelaskan tingkat penerimaan individu terhadap penggunaan suatu teknologi. Teori ini menjelaskan bahwa sikap dan perilaku pengguna dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), yang selanjutnya memengaruhi keputusan individu dalam menerima dan menggunakan teknologi. Menurut Kartika & Tanno, (2024), *Technology Acceptance Model* menempatkan faktor sikap pengguna sebagai aspek penting yang dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan manfaat. Kedua faktor tersebut mampu menjelaskan perilaku pengguna dalam memanfaatkan teknologi, termasuk pada penggunaan layanan perpajakan berbasis digital. Dalam penelitian ini, *Technology Acceptance Model* digunakan sebagai *applied theory* untuk menjelaskan pengaruh transformasi digital pelayanan pajak terhadap kepuasan wajib pajak. Semakin tinggi persepsi wajib pajak terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat layanan perpajakan berbasis digital, maka semakin besar penerimaan terhadap teknologi tersebut sehingga berpotensi meningkatkan kepuasan wajib pajak. Sebaliknya, apabila layanan digital belum memberikan kemudahan maupun manfaat yang optimal, maka kepuasan wajib pajak cenderung menurun.

2.3. *Service Quality Theory*

Teori *Service Quality* merupakan teori yang menjelaskan bahwa kualitas layanan menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi dan kepuasan pengguna terhadap suatu layanan. Menurut Parasuraman et al., (1988), kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), responsifitas (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), yang mencerminkan kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pengguna.

Dalam konteks perpajakan, teori *Service Quality* digunakan sebagai *applied theory* untuk menjelaskan pengaruh asistensi relawan pajak dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wajib pajak. Menurut Putri et al., (2025), kualitas pelayanan mengacu pada mutu layanan yang diberikan oleh asistensi relawan pajak maupun layanan petugas pajak kepada masyarakat. Layanan yang prima mampu membangun kepercayaan, memberikan kemudahan akses, serta meningkatkan kepuasan wajib pajak. Oleh karena itu, semakin baik kualitas asistensi relawan pajak dan pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak, maka semakin positif persepsi wajib pajak terhadap layanan perpajakan sehingga kepuasan wajib pajak cenderung meningkat.

2.4. *Transformasi Digital Pelayanan Pajak*

Transformasi digital pelayanan pajak merupakan bentuk modernisasi administrasi perpajakan melalui pemanfaatan teknologi informasi guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan. Menurut Lappra et al., (2025), penggunaan layanan digital perpajakan bertujuan untuk memberikan kemudahan akses, efisiensi waktu, serta meminimalisasi kesalahan administrasi dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan. Dalam penelitian ini,

Theory of Planned Behavior digunakan sebagai *grand theory* karena transformasi digital pelayanan pajak dipandang mampu mempengaruhi sikap dan perilaku wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Selanjutnya, *Technology Acceptance Model* digunakan sebagai *applied theory* untuk menjelaskan penerimaan teknologi oleh wajib pajak.

Menurut Davis (1989) yang dikutip dalam penelitian Aisyah et al., (2024), penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *Perceived usefulness* yang menggambarkan keyakinan pengguna bahwa penggunaan teknologi mampu meningkatkan kinerja dan efektivitas, serta *Perceived ease of use*, yang menunjukkan keyakinan pengguna bahwa teknologi mudah digunakan dan dipahami. Kedua faktor tersebut menjadi dasar dalam menjelaskan bagaimana persepsi wajib pajak terhadap layanan digital perpajakan dapat mempengaruhi kepuasan mereka dalam menggunakan sistem perpajakan berbasis teknologi. Hal ini sejalan dengan penelitian Anindya et al., (2025), Gulo & Asmilia, (2025), dan Yuliyana & Suparwo, (2023) yang menunjukkan bahwa layanan perpajakan berbasis digital berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak. Dengan mempertimbangkan uraian teoritis serta hasil penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan bahwa hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Transformasi digital pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak

2.5. Asistensi Relawan Pajak

Program relawan pajak merupakan salah satu inisiatif Direktorat Jenderal Pajak yang melibatkan mahasiswa sebagai bentuk dukungan pelayanan perpajakan kepada masyarakat. Berdasarkan informasi pada www.pajak.go.id, relawan pajak berperan dalam memberikan edukasi perpajakan, pendampingan pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT), serta bantuan penggunaan layanan digital perpajakan kepada wajib pajak secara sukarela. Penelitian Fauziah et al., (2025), menjelaskan bahwa relawan pajak berfokus pada pemberi bantuan berupa tenaga, waktu, dan pengetahuan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai kewajiban perpajakan. Keberadaan relawan pajak dinilai mampu membantu wajib pajak, khususnya dalam proses pelaporan SPT tahunan dan penggunaan aplikasi perpajakan berbasis digital.

Dalam penelitian ini, *Theory of Planned Behavior* digunakan sebagai *grand theory* untuk menjelaskan bahwa keberadaan relawan pajak dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku wajib pajak melalui proses pendampingan serta pemberian informasi perpajakan. Sementara itu, *Service Quality* digunakan sebagai *applied theory* untuk menjelaskan kualitas asistensi relawan pajak terhadap kepuasan wajib pajak. Menurut Parasuraman (1988) yang dikutip dalam Putri et al., (2025), *Service Quality* terdiri atas lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dalam penelitian ini, kelima dimensi tersebut diadaptasi untuk mengukur kualitas asistensi relawan pajak, yang tercermin melalui penampilan relawan yang rapi dan profesional serta ketersediaan sarana atau media pendukung selama proses asistensi, kemampuan relawan dalam memberikan solusi perpajakan yang tepat dan melaksanakan pendampingan sesuai dengan prosedur, kesiapan relawan dalam merespons pertanyaan dan memberikan bantuan kepada wajib pajak, kompetensi serta pengetahuan relawan pajak yang mampu menumbuhkan rasa percaya, dan perhatian dan kepedulian relawan pajak terhadap kebutuhan wajib pajak secara individual. Dengan demikian, kualitas asistensi relawan pajak tidak hanya dinilai dari penyampaian informasi, tetapi juga dari kemampuan relawan dalam memberikan pelayanan yang profesional, responsif, dan sesuai kebutuhan wajib pajak. Penelitian Fauziah et al., (2025), Hanifa et al., (2025), dan Made et al., (2021) menunjukkan bahwa bantuan pelayanan yang diberikan oleh relawan pajak mampu mempermudah wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, sehingga relawan pajak mampu mempengaruhi tingkat kepuasan wajib pajak.

Dengan mempertimbangkan uraian teoritis serta hasil penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: Asistensi relawan pajak berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak

2.6. Kualitas Pelayanan Pajak

Berdasarkan Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-02/PJ/2014, pelayanan perpajakan merupakan seluruh bentuk layanan administrasi yang diberikan kepada wajib pajak dalam rangka pemenuhan hak dan kewajiban perpajakan yang berlaku. Menurut Wahdini & Rusdi, (2024), kualitas pelayanan dapat dinilai melalui perbandingan antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan oleh wajib pajak. Sementara itu, Gulo & Asmilia, (2025), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tercermin dari kemampuan otoritas pajak dalam memenuhi kebutuhan dan harapan wajib pajak sehingga mampu menciptakan rasa puas dan nyaman dalam menerima layanan yang diberikan.

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* sebagai *grand theory* karena pelayanan perpajakan dipandang mampu membentuk persepsi serta perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Selanjutnya, *Service Quality* digunakan sebagai *applied theory* untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan persepsi wajib pajak terhadap pelayanan yang diterima. Menurut Parasuraman (1988) yang dikutip dalam Putri et al., (2025), kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi utama, yaitu *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Dalam penelitian ini, kelima dimensi tersebut digunakan untuk menilai kualitas pelayanan petugas pajak yang tercermin melalui kondisi fisik, teknologi, dan sarana pendukung pelayanan yang memadai, perhatian personal yang diberikan kepada wajib pajak, kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan secara tepat dan dapat dipercaya, kesigapan petugas dalam membantu wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, serta kemampuan petugas dalam memberikan rasa aman dan keyakinan kepada wajib pajak selama proses pelayanan berlangsung. Kualitas pelayanan yang baik akan membentuk persepsi positif wajib pajak terhadap pelayanan perpajakan yang diterima, sehingga berpotensi meningkatkan kepuasan wajib pajak. Penelitian Anindya et al., (2025), Harefa & Siregara, (2024), dan Rahmadhan et al., (2025), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu memberikan dampak yang signifikan pada kepuasan wajib pajak. Dengan mempertimbangkan uraian teoritis serta hasil penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

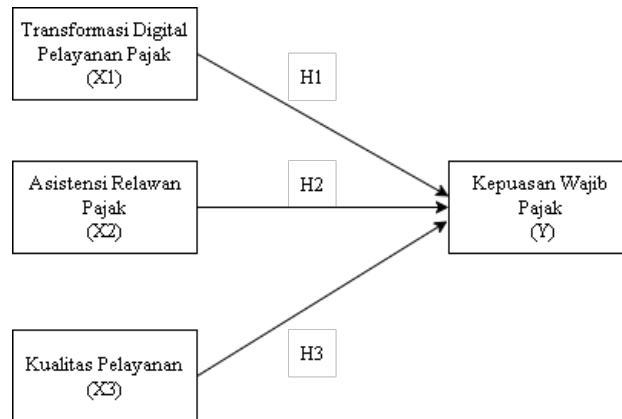
H3: Kualitas pelayanan Pajak berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak

2.7. Kepuasan Wajib Pajak

Kepuasan wajib pajak merupakan kondisi ketika pelayanan perpajakan yang diterima mampu memenuhi kebutuhan dan harapan wajib pajak. Menurut Lappra et al., (2025), kepuasan muncul akibat hasil perbandingan antara harapan pengguna terhadap suatu layanan dengan kinerja aktual yang diterima. Sementara itu, Rohmawati & Yanto, (2022) menyatakan bahwa kepuasan wajib pajak berkaitan dengan terpenuhinya kebutuhan pelayanan perpajakan sesuai dengan ekspektasi wajib pajak. Menurut Astri Warih & Damas Dwi, (2022) menjelaskan bahwa kepuasan pelayanan dapat tercipta apabila pelayanan diberikan secara sopan, informasi yang disampaikan tepat dan sesuai dengan kebutuhan pengguna, pelayanan yang dilakukan secara tepat waktu, serta didukung oleh sikap petugas yang ramah dan hangat selama interaksi. Faktor-faktor tersebut berperan dalam membentuk pengalaman pelayanan yang positif sehingga mampu meningkatkan kepuasan wajib pajak.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, pengalaman pelayanan yang diterima wajib pajak, baik melalui pelayanan langsung maupun pelayanan digital, akan membentuk sikap dan evaluasi subjektif terhadap pelayanan perpajakan. Semakin positif pengalaman pelayanan

yang diterima, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan wajib terhadap layanan perpajakan.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada responden penelitian. Populasi yang menjadi objek penelitian adalah seluruh wajib pajak orang pribadi yang terdaftar pada KPP Pratama Serpong tahun 2025 dengan jumlah sebanyak 184.152 wajib pajak. Teknik penentuan sampel yang diterapkan adalah *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan terhadap responden yang secara kebetulan ditemui dan memenuhi karakteristik yang telah ditentukan sesuai kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2023). Kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang pernah memperoleh pendampingan atau asistensi dari relawan pajak.

Jumlah minimum sampel ditentukan menggunakan rumus slovin sebagaimana yang digunakan dalam penelitian Gulo & Asmilia, (2025), dengan formula sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel,

N = jumlah populasi (184.152),

e = tingkat kesalahan (0,10).

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus tersebut, jumlah sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian adalah 100 responden. Penggunaan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% dipilih dengan mempertimbangkan kemudahan dalam memperoleh responden penelitian dan hanya sebagai dasa dalam menentukan ukuran sampel. Proses pengumpulan data dilaksanakan secara *online* melalui platform Googleform. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala likert lima poin, yaitu: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju.

Penelitian ini melibatkan tiga variabel independen, yaitu transformasi digital pelayanan pajak, asistensi relawan pajak, dan kualitas pelayanan pajak, yang dianalisis pengaruhnya terhadap variabel dependen berupa kepuasan wajib pajak. Model statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *partial least square structural equation modeling* (PLS-SEM), yang bertujuan untuk menguji pengaruh ketiga variabel independen terhadap kepuasan wajib pajak. Analisis dilakukan menggunakan *software* SmartPLS versi 3. Metode PLS-SEM dipilih karena mampu menganalisis hubungan antar variabel laten sekaligus mengevaluasi

model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*) dalam satu kerangka analisis. Tahapan analisis diawali dengan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data penelitian. Selanjutnya dilakukan evaluasi model pengukuran (*outer model*) melalui pengujian *loading factor*, *discriminant validity*, serta *construct reliability and validity*. Setelah model pengukuran dinyatakan memenuhi kriteria, dilakukan evaluasi model struktural (*inner model*) dengan menganalisis nilai *R-square* dan model fit. Tahap akhir dilakukan melalui pengujian *bootstrapping* untuk menguji signifikansi pengaruh Transformasi Digital Pelayanan Pajak, Asistensi Relawan Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepuasan Wajib Pajak.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data pada setiap variabel yang diteliti, yaitu transformasi digital pelayanan pajak, asistensi relawan pajak, kualitas pelayanan pajak, dan kepuasan wajib pajak. Hasil pengolahan data statistik deskriptif terhadap seluruh variabel penelitian disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Obs	Mean	Standard Deviation	Min	Max
Kepuasan Wajib Pajak	100	21,570	2	8	25
Transformasi Digital Pelayanan Pajak	100	17,710	2,166	9	25
Asistensi Relawan Pajak	100	34,980	3	21	40
Kualitas Pelayanan	100	29,800	3	17	35

Berdasarkan hasil analisis data terhadap 100 responden, secara keseluruhan, nilai rata-rata pada masing-masing variabel lebih tinggi dibandingkan dengan nilai standar deviasinya. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa penyebaran data relatif terkonsentrasi di sekitar nilai rata-rata dan menunjukkan bahwa data penelitian memiliki tingkat variasi yang relatif rendah. Dengan demikian, karakteristik data pada seluruh variabel penelitian dapat dikategorikan dalam kondisi yang cukup baik untuk dianalisis lebih lanjut.

4.2 Uji Loading factor

Pengujian ini bertujuan untuk menilai nilai *standardized loading factor*, yaitu ukuran yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana indikator mampu merefleksikan konstruk atau variabel laten yang diukur. Menurut Hair et al., (2019), suatu indikator dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas apabila memiliki nilai *loading factor* $\geq 0,70$.

Tabel 2. Hasil Uji Loading Factor

No	Variabel	Kode Indikator	Loading factor	Ket
1	Transformasi Digital Pelayanan Pajak	X1_1	0,797	Valid
2		X1_2	0,813	Valid
3		X1_3	0,946	Valid
4		X1_4	0,845	Valid
5		X1_5	0,933	Valid
6	Asistensi Relawan Pajak	X2_1	0,838	Valid
7		X2_2	0,790	Valid
8		X2_3	0,888	Valid
9		X2_4	0,851	Valid
10		X2_5	0,839	Valid
11		X2_6	0,731	Valid
12		X2_7	0,866	Valid
13	Kualitas Pelayanan	X2_8	0,872	Valid
14		X3_1	0,735	Valid

15		X3_2	0,759	Valid
16		X3_3	0,841	Valid
17		X3_4	0,793	Valid
18		X3_5	0,884	Valid
19		X3_6	0,869	Valid
20		X3_7	0,761	Valid
21		Y_1	0,856	Valid
22		Y_2	0,892	Valid
23	Kepuasan Wajib Pajak	Y_3	0,902	Valid
24		Y_4	0,861	Valid
25		Y_5	0,853	Valid

Berdasarkan hasil pengujian yang ditampilkan diatas, seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini memperoleh nilai *loading factor* di atas batas minimum yang telah ditetapkan, yaitu $\geq 0,70$. Hal tersebut menunjukkan bahwa masing-masing indikator memiliki kemampuan yang baik dalam merepresentasikan variabel laten yang diukur. Oleh karena itu, seluruh instrumen pengukuran dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

4.3 Uji *Discriminant validity*

Pengujian *discriminant validity* menggunakan pendekatan *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT). Menurut Hair et al., (2019), validitas diskriminan terpenuhi apabila nilai HTMT berada $\leq 0,90$.

Tabel 3. Hasil Uji *Discriminant Validity*

	<i>Heterotrait-monotrait ratio</i>
Kepuasan Wajib Pajak (Y)	
Transformasi Digital Pelayanan Pajak (X1)	0,164
Asistensi Relawan Pajak (X2)	0,818
Kualitas Pelayanan (X3)	0,733

Berdasarkan tabel diatas, seluruh nilai HTMT antar konstruk berada di bawah ambang batas yang ditetapkan, yaitu 0,164 untuk transformasi digital pelayanan pajak dan kepuasan wajib pajak, 0,818 untuk hubungan asistensi relawan pajak dan kepuasan wajib pajak, serta 0,733 untuk kualitas pelayanan dan kepuasan wajib pajak. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi kriteria *discriminant validity* dan mampu mengukur konsep yang berbeda secara memadai.

4.4 Uji *Construct Reliability and Validity*

Pengujian *construct reliability and validity* dilakukan untuk menilai tingkat konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk penelitian. Reliabilitas konstruk dievaluasi menggunakan nilai *composite reliability*, sedangkan validitas konvergen dinilai melalui *average variance extracted*. Menurut Ghazali, (2023), kedua ukuran tersebut digunakan untuk memastikan kelayakan model pengukuran. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji *Construct Reliability and Validity*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite reliability (rho a)</i>	<i>Composite Reliability (rho c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
Kepuasan Wajib Pajak (Y)	0,922	0,922	0,941	0,762
Transformasi Digital Pelayanan Pajak (X1)	0,930	1,113	0,939	0,755
Asistensi Relawan Pajak (X2)	0,938	0,945	0,949	0,698
Kualitas Pelayanan (X3)	0,911	0,918	0,929	0,653

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* di atas 0,70. Nilai *cronbach's alpha* tertinggi terdapat pada variabel asistensi relawan pajak sebesar 0,938. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki tingkat konsistensi internal yang baik sehingga dinyatakan reliabel. Selain itu, seluruh nilai *average variance extracted* (AVE) berada di atas batas minimum 0,50. Kondisi ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi persyaratan reliabilitas dan validitas konvergen sehingga layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

4.5 Uji Koefisien Determinasi (*R-square*)

Pengujian *R-square* dilakukan untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen serta mengukur kekuatan hubungan antar konstruk yang terdapat dalam model penelitian. Evaluasi dilakukan dengan melihat nilai *R-square* pada variabel laten dependen. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji *R-square*

	<i>R-square</i>	<i>R-square Adjusted</i>
Kepuasan Wajib Pajak (Y)	0,625	0,613

Berdasarkan hasil analisis, nilai *R-square* pada variabel kepuasan wajib pajak sebesar 0,625. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 62,5% variasi kepuasan wajib pajak dapat dijelaskan oleh transformasi digital pelayanan pajak, asistensi relawan pajak, dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai tersebut termasuk dalam kategori kuat, yang mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variabel dependen. Sementara itu, nilai *Adjusted R-square* sebesar 0,613 menunjukkan bahwa model tetap memiliki tingkat stabilitas dan konsistensi yang baik setelah memperhitungkan jumlah variabel independen serta ukuran sampel penelitian. Dengan demikian, model yang digunakan dinilai cukup representatif dalam menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti.

4.6 Uji Model Fit

Pengujian *model fit* dilakukan untuk mengevaluasi tingkat kesesuaian model penelitian dengan data yang digunakan (Ghozali, 2023). Pada penelitian ini, kelayakan model diukur menggunakan nilai *standardized root mean square residual* (SRMR) yang diperoleh melalui pengolahan data dengan SmartPLS 3. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

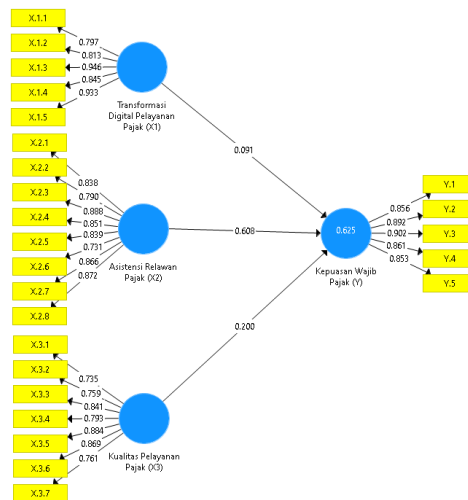
Tabel 6. Hasil Uji Model Fit

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0,080	0,080

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai *standardized root mean square residual* (SRMR) sebesar 0,080. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model telah memenuhi batas kriteria yang ditetapkan, yaitu $\leq 0,08$, sehingga dapat dikategorikan memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Hasil ini mengindikasikan bahwa model mampu mempresentasikan hubungan antar variabel secara memadai dan memiliki tingkat kecocokan yang baik terhadap data penelitian. Dengan demikian, model penelitian dapat dinyatakan memenuhi kriteria *goodness of fit* dan layak digunakan untuk pengujian serta analisis pada tahap selanjutnya.

4.7 Uji Path Coefficient

Analisis *path coefficient* dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel dalam model struktural. Nilai koefisien jalur mencerminkan arah, kekuatan, dan tingkat signifikansi hubungan antar konstruk, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengujian hipotesis penelitian.



Gambar 2. Koefisien Jalur

4.8 Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 7, diketahui bahwa nilai *p-value* H1 sebesar 0,302 (>0,05) dengan koefisien jalur sebesar 0,091. Hasil tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak, sehingga H1 ditolak. Selanjutnya, H2 memperoleh nilai *p-value* sebesar 0,000 (<0,05) dengan koefisien jalur sebesar 0,608. Hasil ini membuktikan bahwa asistensi relawan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak, sehingga H2 diterima.

Tabel 7. Hasil Uji *Bootstrapping*

	<i>P Values</i>	<i>Original Sample (O)</i>	Keterangan
H 1	0,302	0,091	Ditolak
H 2	0,000	0,608	Diterima
H 3	0,035	0,200	Diterima

Adapun H3 memiliki nilai *p-value* sebesar 0,035 (<0,05) dengan koefisien jalur sebesar 0,200. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak, sehingga H3 diterima.

4.9 Diskusi

4.9.1 Pengaruh Transformasi Digital Pelayanan Pajak terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Serpong. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan layanan perpajakan berbasis digital belum sepenuhnya mampu meningkatkan kepuasan wajib pajak. Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM), penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan. Dalam penelitian ini, kedua persepsi tersebut diduga belum terbentuk secara optimal karena masih terdapat wajib pajak yang mengalami kesulitan dalam mengoperasikan layanan digital perpajakan, baik akibat keterbatasan literasi digital, kurangnya pemahaman terhadap fitur-fitur layanan, maupun proses adaptasi terhadap sistem yang terus berkembang, seperti implementasi *Coretax*. Kondisi tersebut menyebabkan manfaat dan kemudahan yang diharapkan dari transformasi digital layanan perpajakan belum sepenuhnya dirasakan oleh wajib pajak, sehingga belum mampu meningkatkan kepuasan wajib pajak secara signifikan. Kondisi tersebut juga sejalan dengan *Theory of Planned Behavior*, yang menjelaskan bahwa persepsi kontrol perilaku memengaruhi keyakinan individu dalam menggunakan suatu sistem. Ketika wajib pajak merasa belum memiliki kemampuan atau

pengalaman yang memadai dalam memanfaatkan layanan digital, kecenderungan untuk menggunakan dan menilai layanan tersebut secara positif menjadi lebih rendah, sehingga dampaknya terhadap kepuasan belum terlihat secara signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Lappra et al., (2025) serta Wahdini & Rusdi, (2024) yang menemukan bahwa layanan perpajakan berbasis digital, termasuk pembayaran pajak secara *online* maupun penerapan *e-filing* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak. Namun, hasil tersebut berbeda dengan penelitian Gulo & Asmilia, (2025) serta Yuliyana & Suparwo, (2023) yang menyatakan bahwa layanan perpajakan berbasis digital berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan wajib pajak dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Oleh karena itu, Direktorat Jenderal Pajak perlu mengoptimalkan edukasi dan pendampingan penggunaan layanan digital, menyederhanakan fitur dan alur layanan, serta meningkatkan kualitas sistem agar lebih mudah dipahami dan diakses oleh seluruh kelompok wajib pajak. Dengan demikian, persepsi terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan layanan digital diharapkan meningkat sehingga implementasi transformasi digital pelayanan pajak mampu memberikan dampak yang lebih nyata terhadap kepuasan wajib pajak.

4.9.2 Pengaruh Asistensi Relawan Pajak terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa asistensi relawan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Serpong. Artinya, semakin baik pendampingan, penyampaian informasi, dan bantuan teknis yang diberikan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan wajib pajak. Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menjelaskan bahwa pengalaman pelayanan yang positif dapat membentuk sikap dan persepsi yang baik terhadap pelayanan perpajakan. Selain itu, *Service Quality* menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna layanan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Hanifa et al., (2025), Fauziah et al., (2025), dan Made et al., (2021) yang menyatakan bahwa asistensi relawan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Warih & Dwi, (2022) yang menemukan bahwa transfer pengetahuan relawan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas asistensi dapat dipengaruhi oleh kualitas pendampingan dan karakteristik wajib pajak. Dengan demikian, peningkatan kualitas asistensi relawan pajak dapat menjadi upaya untuk meningkatkan kepuasan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya.

4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Serpong. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, responsif, dan sesuai kebutuhan wajib pajak mampu meningkatkan kepuasan atas layanan perpajakan yang diterima. Temuan ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menjelaskan bahwa pelayanan yang baik akan membentuk sikap positif terhadap institusi perpajakan. Selain itu temuan ini juga mendukung teori *Service Quality* yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan melalui dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dapat meningkatkan kepuasan pengguna layanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Rahmadhan et al., (2025) serta Wahdini & Rusdi, (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak. Namun, hasil tersebut berbeda dengan penelitian Rohmawati & Yanto, (2022) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa persepsi kepuasan wajib pajak terhadap pelayanan dapat dipengaruhi oleh kondisi dan kualitas layanan yang diterima. Oleh

karena itu, peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten perlu dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan wajib pajak.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan Hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Asistensi Relawan Pajak dan Kualitas Pelayanan Pajak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak di KPP Pratama Serpong. Sebaliknya, Transformasi Digital Pelayanan Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menganalisis dampak dari transformasi digital pelayanan pajak, asistensi relawan pajak, dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepuasan wajib pajak telah tercapai. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi KPP Pratama Serpong dalam meningkatkan kepuasan wajib pajak melalui optimalisasi peran relawan pajak, penguatan kualitas pelayanan, serta penyempurnaan layanan perpajakan berbasis digital yang lebih mudah dipahami dan dimanfaatkan oleh wajib pajak. Selain peningkatan aspek teknis pelayanan, perhatian juga perlu diberikan pada kualitas komunikasi, ketepatan informasi, serta pendampingan yang berkelanjutan agar tercipta pengalaman pelayanan yang lebih baik dan mampu meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap institusi perpajakan. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan responden dan wilayah penelitian, melakukan pengujian stabilitas hasil penelitian (*robustness test*), serta mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan wajib pajak, seperti literasi digital, kesadaran perpajakan, maupun karakteristik wajib pajak, sehingga diperoleh temuan yang lebih komprehensif dan memiliki daya generalisasi yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Aisyah, N., Yati, M. K., Nurwana, & Basar, N. F. (2024). Pengaruh *E-Filing* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak (Kpp) Makassar Barat. *Bongaya Journal of Research in Accounting (BJRA)*, 7(2), 81–101. <https://doi.org/10.37888/bjra.v7i2.633>
- Anindya, D. A., Aisyah, S., Nasution, S. W., Habibie, M., Risal, T., Munawaroh, W. S., & Panggabean, A. (2025). Pengaruh Kompetensi Fiskus, Kualitas Pelayanan dan E-System Perpajakan terhadap Kepuasan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Timur. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1248–1260. <https://doi.org/10.60036/jbm.615>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, *Perceived ease of use*, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fauziah, N. A., Kharisma, N. A., & Ramadani, A. (2025). Pendampingan Sistem E-Filing Kepada Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Situbondo. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1, 747–752.
- Ghozali, I. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan SmartPLS untuk Penelitian Empiris* (A. Heri (ed.); 1st ed.). Yoga Pratama.
- Gulo, S., & Asmilia, N. (2025). Analisis Pengaruh E -Filling dan Kualitas Pelayanan Pajak Berbasis E - Gov e rnm e nt terhadap Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi. 4(3), 926–930.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hanifa, S. N., Nurmilah, R., & Indrawan, A. (2025). Pendampingan Layanan Pajak Melalui Relawan Pajak Di Kpp Pratama Sukabumi. *Merpati*, 6(2), 81–89. <https://doi.org/10.36618/merpati.v6i2.4134>
- Harefa, H., & Siregara, R. A. (2024). Pengaruh E-System Perpajakan, Kualitas Pelayanan

- Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Barat. *Jurnal Widya*, 5(2), 1629–1642. <https://doi.org/10.54593/awl.v5i2.382>
- Kartika, E. D., & Tanno, A. (2024). Determinan Kepuasan Pengguna E-Filing Dalam Penyampaian Surat Pemberitahuan Pajak (SPT) Tahunan (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Kpp Pratama Bengkulu Satu). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 1644–1675. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11929>
- Lapprasari, A., Sabastini, W., & Pintauli, R. F. (2025). Pengaruh Pembayaran Pajak Secara *Online* Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dengan Variabel Mediasi Digital Literacy Di Kpp Pratama Cimahi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 139–154. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1305>
- Made, N., Sri, A., Artini, P., Astari, L. M., Putu, N., Sari, P., & Ganesha, U. P. (2021). Mengungkap Persepsi Wajib Pajak Atas Pendampingan Relawan Pajak. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(1), 73–81.
- Pajak, D. J. (2024a). Indeks Kepuasan Pelayanan, Efektivitas Penyuluhan dan Kehumasan Kanwil DJP dan Indeks Kepuasan Pelayanan dan Efektivitas Penyuluhan KPP. [https://www.pajak.go.id/sites/default/files/2024-06/Tabulasi Indeks Survei Triwulan I 2024.pdf](https://www.pajak.go.id/sites/default/files/2024-06/Tabulasi%20Indeks%20Survei%20Triwulan%20I%202024.pdf)
- Pajak, D. J. (2024b). Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak Kantor Wilayah DJP Banten KPP Pratama Serpong (Issue 4). [https://pajak.go.id/sites/default/files/2025-03/LAKIN 2024 KPP PRATAMA SERPONG.pdf](https://pajak.go.id/sites/default/files/2025-03/LAKIN%202024%20KPP%20PRATAMA%20SERPONG.pdf)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERQUAL: A Multiple-Item scale for Measuring Consumer Perceptions of *Service Quality*. In *Journal of Retailing* (Vol. 64, p. 28). [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Pradnyani, N. L. P. N. A., & Utthavi, W. H. (2020). The effectiveness of tax volunteers in increasing taxpayer compliance. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 9(5), 281–284. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i5.826>
- Purba, R. B. (2023). Teori Akuntansi. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Putri, S. M. A. P., Linawati, & Erliana. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus, Sanksi Pajak, dan Pemahaman Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus di Kantor Samsat Depok II Cinere). *MUSYTARI*, 23(9). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Rahmadhan, C. S. P., Kusmayati, N. K., & Kurniawati, Y. (2025). Pengaruh Personal Branding dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wajib Pajak. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 1406–1412. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.674>
- Rohmawati, & Yanto. (2022). Analisis Kepuasan Wajib Pajak Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Pelayanan Analysis Of Taxpayer Satisfaction Affected By *Service Quality*. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6, 113–124. <https://doi.org/10.34001/jra.v6i2.433>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Sutopo (ed.); Cetakan Ke). ALFABETA, cv.
- Wahdini, & Rusdi. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Penerapan *E-filling* dan *E-Billing* terhadap Kepuasan Wajib Pajak. *Jurnal Nusa Akuntansi*, 1(3), 686–699.
- Waruh, A. A., & Dwi, A. D. (2022). Peran Relawan Pajak dalam Meningkatkan Kepuasan Wajib Pajak. *Eurasia:Ekonomi & Bisnis*, 4(April), 88–98.
- Yuliyana, W., & Suparwo, A. (2023). Analisis Kualitas Sdm Dan Pelayanan Publik Berbasis Digital Terhadap Kepuasan Wajib Pajak. *Motivasi*, 8(2), 78. <https://doi.org/10.32502/mti.v8i2.6553>