

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2017, Pertumbuhan perekonomian Indonesia meningkat sebesar 5,01% di triwulan II 2017. Adapun sektor jasa transportasi dan perdagangan mendorong pertumbuhan ekonomi sebesar 7,6%. Produk Domestik Bruto yang meningkat menunjukkan bahwa tingkat pendapatan masyarakat juga meningkat, biasanya jika pendapatan masyarakat meningkat bukan kebutuhan primer atau sekunder yang dibutuhkan melainkan kebutuhan tersier. Kebutuhan tersier seperti kendaraan bermotor berupa sepeda motor atau mobil dapat dibeli oleh seseorang dengan tingkat penghasilan tinggi dan dilakukan untuk meningkatkan *prestige* di mata masyarakat (www.ekonomi.kompas.com, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Pertumbuhan jumlah transportasi di Jawa Timur diprediksi naik setiap tahunnya karena *trend* yang berkembang menstimuli masyarakat untuk menggunakan transportasi dalam aktivitas kehidupan sehari-hari. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Jawa Timur untuk menciptakan keselamatan bagi pengguna jasa transportasi darat maka peran rasio panjang jalan per jumlah kendaraan yang melintas menjadikan salah satu indikator pengukuran yang objektif yang digunakan untuk menjaga keamanan di jalan. Diasumsikan semakin pendek rasio panjang jalan per jumlah kendaraan maka akan semakin berisiko dalam arti tingkat kenyamanan dan keselamatan akan semakin berkurang saat berada di jalan serta memicu kecelakaan lalu lintas, dan memburuknya kondisi lingkungan akibat polusi udara (www.jatim.bps.go.id, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Pada tahun 2016 di Jawa Timur, rasio panjang jalan per 1000 kendaraan tercatat tersedia 2,68 km untuk setiap kendaraan bermotor. Kondisi ini jauh lebih padat dibandingkan tahun 2015 hanya sebesar 3,20 km per 1000 kendaraan bermotor. Selanjutnya masih di tahun 2016 di Jawa Timur tercatat 346 kendaraan bermotor dalam rasio jumlah kendaraan per 1 km jalan (www.jatim.bps.go.id, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Tabel 1.1**Rasio Panjang Jalan per Jumlah Kendaraan di Provinsi Jawa Timur Tahun 2011 – 2016**

Uraian	Panjang Jalan Negara, Provinsi dan Kab/kota	Jumlah Kendaraan Bermotor (Juta)	Rasio (km/1000 kendaraan)	Rasio (kendaraan/1 km jalan)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2011	37.971,38	10,64	3,57	280
2012	37.971,38	11,53	3,29	304
2013	40.806,90	12,16	3,36	298
2014	45.093,14	14,90	3,03	330
2015	47.732,41	14,81	3,20	310
2016*	48.068,82	16,65*	2,89	346

Keterangan :

* Angka sementara

Sumber : (www.jatim.bps.go.id, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Tabel di atas menunjukkan dari tahun ke tahun, dimana rata-rata jumlah kendaraan yang memenuhi tiap 1 kilometer jalan mengalami peningkatan hal ini mencerminkan makin padatnya arus lalu lintas di Jawa Timur. Kepadatan saat ini disebabkan pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor yang meningkat sangat cepat dalam kurun waktu 3 bulan terakhir yang didominasi kendaraan roda empat yakni mobil. Kepadatan ini disebabkan pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor khususnya kendaraan roda empat yang sangat cepat dalam kurun waktu 3 tahun terakhir (www.jatim.bps.go.id, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Sehubungan dengan semakin padatnya jalan maka pembangunan di bidang ekonomi terutama pembangunan dan perbaikan dalam sektor transportasi. Kemajuan dan perbaikan dalam sektor transportasi pada umumnya tercermin pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh instansi pemerintahan sebagai pemberi pelayanan jasa transportasi (Kamaludin, 2003). Pelaksanaan pelayanan publik dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang sesuai dengan keinginan dan harapan masyarakat namun fakta di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat tidak merasa puas akan pelayanan publik dibuktikan dengan berbagai pengaduan masyarakat terhadap Ombudsman.

Ombudsman Republik Indonesia merupakan suatu lembaga negara yang memiliki wewenang mengawasi penyelenggaraan pelayanan publik baik yang diselenggarakan oleh penyelenggara negara, pemerintahan, Badan Usaha Milik Daerah, Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah, Badan Hukum milik Negara dan Badan Swasta atau perseorangan yang bertugas menyelenggarakan pelayanan publik tertentu sesuai bidangnya yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah tercantum dalam pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2008 Tentang Ombudsman Republik Indonesia (www.ombudsman.go.id, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Menurut Komisioner Ombudsman Republik Indonesia Ninik Rahayu pada tahun 2015 tercatat hampir 6.000 laporan masuk namun pada tahun 2016 terjadi peningkatan jumlah menjadi 11.000 laporan. Dari 11.000 laporan sebagian besar berkaitan dengan sistem pelayanan publik yang tidak memuaskan pada pelayanan kepengurusan pertanahan dalam kasus hak guna bangunan, pemerintahan daerah dalam kasus hak atas pendidikan maupun hak atas kesehatan, lembaga peradilan dan yang menjadi sorotan masyarakat adalah kinerja kepolisian dalam kasus pengurusan SIM (Surat Izin Mengemudi), pengurusan STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan), serta pengurusan laporan yang tidak segera ditindaklanjuti oleh pihak kepolisian (www.kompas.com, diunduh pada tanggal 02 Oktober 2017).

Pelaporan terbanyak terjadi pada tahun 2016, pertama berasal dari DKI Jakarta dan kedua Kota Medan sedangkan jumlah laporan paling sedikit berasal dari Provinsi Jawa Timur yakni hanya menerima 345 laporan. Meskipun jumlahnya tergolong sedikit tetapi 345 laporan tersebut mewakili 5.000 orang. Kepala Perwakilan Ombudsman Jawa Timur Agus Widyarta menjelaskan bahwa rendahnya masyarakat dalam melaporkan keburukan pelayanan publik dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah keengganan untuk melaporkan adalah akibat kurangnya pengetahuan tentang Ombudsman. Menurut Kepala Perwakilan Ombudsman Agus Widyarta laporan keluhan mengenai pelayanan publik yang diterima Ombudsman Jawa Timur pada umumnya berasal dari Surabaya, Malang dan Sidoarjo (www.industri.korpri.id, diunduh pada tanggal 02 Oktober 2017).

Pada awal Maret 2017, Berdasarkan data Ombudsman Republik Indonesia tercatat bahwa jumlah laporan masyarakat mengalami peningkatan terutama terhadap kondisi pelayanan publik. Kini masyarakat bahkan tidak ragu untuk melaporkan buruknya kualitas pelayanan yang diberikan. Selama tiga bulan dari bulan Januari-Maret laporan yang diterima sudah hampir 3000 laporan. Komisioner Ombudsman Republik Indonesia Ninik Rahayu di kantor Ombudsman, Jakarta, Senin (13/3/2017) mengapresiasi seluruh masyarakat yang telah melaporkan pengaduan persoalan pelayanan publik (www.kompas.com, diunduh pada tanggal 02 Oktober 2017).

Pelayanan yang paling disoroti adalah pihak kepolisian namun bukan berarti dari 5000 orang yang melapor sepenuhnya tertuju pada kepolisian. Berhubungan dengan pengurusan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) karena Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri), mempunyai fungsi dan kewenangan dibidang registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor walaupun saat ini pengesahan STNK tahunan oleh polisi dilakukan setelah melakukan pembayaran pajak melalui "X". Jadi, mau tidak mau masyarakat yang mau mengesahkan STNK tahunannya, harus bayar pajak dulu sebelum ditandatangani oleh pihak kepolisian karena di awal yang mengurus administrasinya adalah instansi pemerintah dalam pelayanan publik yaitu "X". Hal ini dapat mempengaruhi kinerja pelayanan "X" yang dianggap lambat untuk memproses perpanjangan pajak padahal bukan "X" penyebabnya dan tidak menutup kemungkinan "X" juga tidak maksimal dalam memberikan pelayanan.

"X" berdiri pada tahun 1976 berdasarkan Surat Keputusan Bersama tiga menteri, yaitu Menteri Pertahanan dan Keamanan/Panglima ABRI, Menteri Keuangan dan Menteri Dalam Negeri merupakan induk dari semua kebijakan yang berhubungan dengan penanganan masalah "X", yang dalam operasionalnya terhubung oleh tiga instansi, yaitu : Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri), mempunyai fungsi dan kewenangan dibidang registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor, Dinas Pendapatan Provinsi Jawa Timur dibidang pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB), dan PT. Jasa Raharja dibidang asuransi kecelakaan lalu lintas.

"X" bertujuan memberikan pelayanan registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor, pembayaran pajak atas kendaraan bermotor, dan Sumbangan Wajib Dana

Kecelakaan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (SWDKLLAJ) secara terintegrasi dan terkoordinasi. Ruang lingkup pelayanan “X” meliputi: (a). Registrasi dan Identifikasi (Regident) kendaraan bermotor (Ranmor); (b). Pembayaran pajak atas kendaraan bermotor; dan (c). Pembayaran SWDKLLAJ (www.”X”sidoarjo.info, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Adapun pembayaran pajak meliputi Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB). Selain itu, SWDKLLAJ terdiri dari Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas (SWDKLL) dan Dana Pertanggungjawaban Wajib Kecelakaan Penumpang (DPWKP) (www.”X”sidoarjo.info, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Kendaraan Bermotor menegaskan, untuk kelancaran penyelenggaraan “X”, maka prosedur pelayanan “X” dilaksanakan secara terpadu, melalui tahapan-tahapan sebagai berikut: (a). Pendaftaran; (b). Penerbitan Surat Ketetapan Kewajiban Pembayaran (SKKP); (c). Penerimaan pembayaran; (d). Pencetakan dan pengesahan; (e). Penghimpunan dan penggabungan serta penyerahan; dan (f). Pengarsipan (www.setkab.go.id, diunduh pada tanggal 20 November 2017).

Prosedur pelayanan “X” dilakukan melalui Loker yang terdiri atas: (a). Loker pendaftaran dan penetapan; dan (b). Loker pembayaran dan pengesahan serta penyerahan, bunyi Pasal 13 Ayat (2) Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2015 (www.setkab.go.id, diunduh pada tanggal 20 November 2017).

Pajak STNK tahunan, adalah pengesahan yang diparaf serta dicap oleh pihak kepolisian ketika pembayaran pajak kendaraan yang letaknya disebelah kanan pada kolom yang tercetak di STNK. Berikut persyaratan dan prosedur dalam rangka pembayaran pajak perpanjangan tahunan (www.data rekomendasi.wordpress.com, diunduh pada tanggal 20 November 2017).

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 60 tahun 2016 tentang Jenis dan Tarif atas Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP), biaya administrasi roda dua atau roda tiga untuk pembuatan baru dan perpanjangan sebesar Rp 100.000 dan biaya administrasi STNK roda empat pembuatan baru atau perpanjangan sebesar Rp 200.000 (www.sepulsa.com, diunduh pada tanggal 20 November 2017).

Layanan unggulan yang terdiri dari “X” Drive Thru, “X” Keliling, “X” Corner, “X” Payment Point, “X” Link/on-line seluruh Jawa Timur, pembayaran melalui website : www.e”X”jatim.com , dan ATM “X” Jatim. Semua layanan ini untuk memenuhi kebutuhan dan memberi kemudahan wajib pajak dalam mengurus pajak kendaraan maupun kendaraan baru (www.”X”sidoarjo.info, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Struktur layanan “X” Drive Thru konsepnya hanya dalam waktu tempo 5 menit selesai membayar pajak kendaraan. Persyaratannya membawa BPKB, STNK dan KTP asli diserahkan kepada petugas input data. Wajib pajak atau pemilik kendaraan hanya cukup membuka jendela kaca mobilnya dan mendatangi loket I untuk menyerahkan persyaratan dan loket II untuk membayar pajak yang telah ditetapkan. Layanan Drive Thru baru hanya bisa diterapkan bagi wajib pajak yang kendaraannya sudah balik nama atas nama pemiliknya (www.news.detik.com, diunduh pada tanggal 20 November 2017).

Layanan “X” Keliling berbeda dengan layanan biasanya karena “X” justru menjemput wajib pajak menggunakan sebuah mobil minibus yang khusus melayani pembayaran pajak kendaraan bermotor dan pengesahan surat tanda kendaraan bermotor (STNK). Masih sama dengan layanan Drive-Thru, waktu hanya 5 menit, karena menggunakan terintegrasi teknologi informasi dan system link.

Layanan “X” Corner adalah pelayanan pengesahan pembayaran pajak kendaraan bermotor untuk setiap tahunan yang berada di pusat perbelanjaan maka kebutuhan masyarakat yang menginginkan pelayanan yang cepat, murah dan mudah.

Layanan “X” Payment Point adalah pelayanan pengesahan STNK, pembayaran PKB dan SWDKLLJ yang berada di luar gedung Kantor Bersama “X” dan wajib pajak pemilik kendaraan bermotor dapat melakukan pendaftaran dan pembayaran di tempat yang strategis atau dekat dengan pusat keramaian (www.ditlantas-poldajatim.org, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Struktur layanan “X” Link/online adalah layanan pengesahan STNK, pembayaran PKB dan SWDKLLJ di Kantor Bersama “X” namun dengan menggunakan sistem jaringan interkoneksi memungkinkan tanpa mengindahkan domisili asal wajib pajak. Layanan pengesahan STNK tahunan yang dilakukan di luar wilayah KB “X” bersangkutan, tetapi tidak dapat melayani kendaraan blokir.

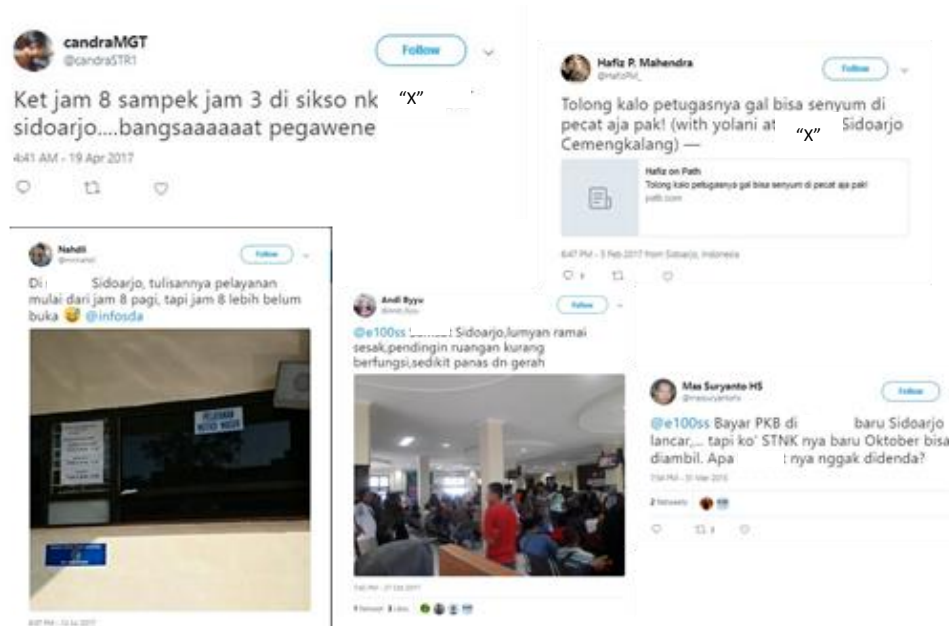
Jenis layanan lainnya wajib pajak dapat menguasai kepada orang lain dengan surat kuasa. Layanan “X” Link dilaksanakan sampai dengan pembayaran/pengesahan. Apabila sampai batas waktu pelayanan hari itu tidak dilakukan pembayaran, maka proses pembayaran dilalihkan pada Kantot Bersama “X” asal atau domisili.

Layanan e-”X” adalah pembayaran secara online. Setelah membayar PKB diperlukan struk tanda bukti yang dapat dibawa ke kantor “X” bersama terdekat untuk melakukan pengesahan dan bisa dilakukan di seluruh kantor “X” yang ada di Jawa Timur (www.dipendajatim.go.id, diunduh pada tanggal 20 November 2017).

ATM “X” Jawa Timur adalah pembayaran pajak kendaraan bermotor secara otomatis melalui mesin ATM khusus dengan cara memasukkan *simcard* Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah – Kendaraan Bermotor (NPWPD-KB) (www.ntmcpolri.info, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

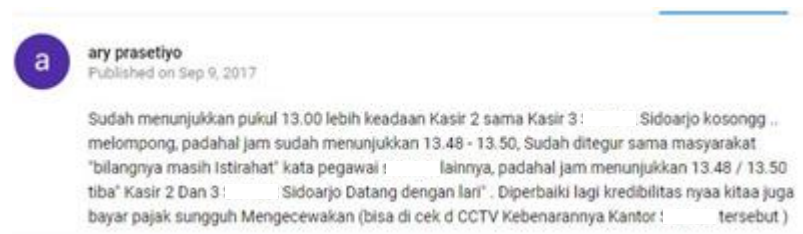
Penilaian pelayanan publik dilakukan Ombudsman setiap tahun adalah melaporkan hasil pengawasan berupa laporan maladministrasi dalam penyelenggaraan pelayanan publik maka pelayanan publik harus memuaskan. Ombudsman setiap tahun akan memberikan hasil pelaporan pengaduan masyarakat terhadap pelayanan publik ini dijadikan sebagai bahan penilain kinerja dari “X” hal itu membuktikan bahwa kepuasan wajib pajak itu tetap harus diperhatikan oleh “X” karena berdampak pada penilaian kinerja dari “X” (www.ombudsman.go.id, diunduh pada tanggal 12 Oktober 2017).

Dengan adanya pengaduan dari wajib pajak yang tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan maka “X” di Sidoarjo perlu meningkatkan kualitas pelayanan untuk memenuhi ekspektasi wajib pajak dengan membuktikan kinerja yang terealisasi ini membuktikan pengukuran tinggi rendahnya kualitas pelayanan terlihat dari perbandingan harapan dan realisasi pelayanan. (Parasuraman, et al. Zeithaml & Berry, 1985) dalam Fen dan Lian (2008).



Gambar 1.1 Pengaduan di media sosial Twitter

Sumber : (www.twitter.com, diunduh pada tanggal 20 November 2017)



Gambar 1.2 Pengaduan di media sosial Youtube

Sumber : (www.youtube.com, diunduh pada tanggal 20 November 2017)

Sebagai instansi pemerintahan untuk terus meningkatkan pelayanan publik “X” Sidoarjo perlu meningkatkan *interaction quality*. Alasan mengapa penting meningkatkan *interaction quality* adalah jika pegawai mampu berinteraksi dengan baik kepada wajib pajak, maka wajib pajak akan cenderung merasa terbantu dengan adanya jasa pelayanan yang diberikan pegawai. *Interaction quality* mengacu kepada persepsi wajib pajak tentang bagaimana pelayanan yang diberikan ketika pelayanan sedang berlangsung (Lemke et al., 2011). Disamping itu, *interaction quality* juga berhubungan dengan persepsi wajib pajak tentang interaksi dengan penyedia jasa seperti pegawai dan staf selama pelayanan berlangsung (Brady & Cronin, 2001; Grönroos, 1982, 1984).

Adapun variabel lain yang mempengaruhi *service quality* yakni *Physical environment quality* ini perlu direncanakan oleh “X” untuk memberikan kenyamanan kepada wajib pajak atas lingkungan fisik bagaimana menciptakan lingkungan fisik berkualitas ini bergantung penyesuaian kombinasi elemen- elemen fisik yaitu bagian luar, dalam, tata letak hingga dekorasi “X” yang mengarah pada daya kemampuan “X” dalam mengembangkan suatu nilai yang dapat menarik wajib pajak agar mereka kembali melakukan pembayaran di “X” Sidoarjo (Barry & Evans, 2004).

Outcome quality merupakan keseluruhan evaluasi kualitas layanan oleh wajib pajak dan dapat dievaluasi oleh wajib pajak setelah mendapatkan pelayanan. Seluruh hasil atas layanan yang diterima sesuai atau tidak dengan yang ekspektasi. Hasil yang didapat seperti pegawai yang memberikan kemudahan tidak mempersulit dalam memproses surat-surat pengurusan atau pembayaran pajak STNK (Rust & Oliver, 1994)

Jika terjadi kesenjangan pada pelayanan publik ini berarti wajib pajak merasa ada perbedaan antara harapan dengan persepsi yang dimilikinya atas pelayanan publik yang dirasakan. Harapan merupakan keinginan yang terbentuk karena pengalaman yang pernah terjadi di masa lalu, kebutuhan pribadi, pembicaraan dari mulut ke mulut dan komunikasi (Warella, 1997). Sedangkan persepsi adalah apa yang dirasakan pada saat atau setelah menggunakan suatu jenis pelayanan publik dari “X” di Sidoarjo. Nilai lebih yang dirasakan (*perceived value*) ditandai dengan apakah biaya, waktu dan tenaga yang dikorbankan wajib pajak sesuai dengan kualitas dan harga yang didapat. (Heinonen, 2004 ; Ryu, Lee & Kim, 2012). Wajib pajak yang menggunakan langsung pelayanan dari “X” di Sidoarjo. Kegiatan pelayanan merupakan kegiatan yang membutuhkan interaksi langsung antara pegawai “X” dengan wajib pajak, sehingga penilaian wajib pajak akan muncul ketika kegiatan pelayanan sedang berlangsung di “X” Sidoarjo seperti saat mengurus surat-surat terprosedural, cepat, biaya yang dikeluarkan sesuai, dan lain- lain dibandingkan dengan cabang “X” lain.

Corporate Image yakni citra instansi pemerintahan yang bergerak di bidang pelayanan publik seperti “X” menekankan pada kualitas pelayanan yang diberikan pegawai kepada wajib pajak sebagai pelanggan mereka. Penunjang pencitraan “X”

Sidoarjo didukung oleh sejarah “X”, keberhasilan “X” memberikan pelayanan yang memuaskan, bahkan “X” memikul tanggung jawab sosial sehingga kesan yang muncul dalam pemikiran wajib pajak adalah ketika mendengar nama dari instansi pemerintah yaitu “X” Sidoarjo Ruslan (1994).

Customer satisfaction merupakan salah satu dari kunci utama sebuah instansi pemerintahan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas (Bülbul et al., 2012; Chavan & Ahmad, 2013; Belas & Gabcova, 2014; Zameer et al., 2015). Persepsi wajib pajak secara individual yang berdasarkan pada performa jasa pelayanan yang memiliki relasi dengan ekspektasi wajib pajak Schiffman (2010) sebab kepuasan pelanggan dianggap pemegang kendali niat wajib pajak untuk melakukan transaksi kembali di masa mendatang (Taylor & Baker, 1994). “X” menambahkan unsur pemerintahan daerah dan survey kepuasan masyarakat sesuai Undang-Undang no 25 tahun 2009 bahwa ada aturan walaupun “X” adalah instansi pemerintahan wajib menjamin kepuasan masyarakat. Jika “X” tidak memperhatikan kepuasan akan mendapatkan teguran dari Ombudsman (www.bsn.go.id, diunduh pada tanggal 20 November 2017).

Behavioral intentions berarti suatu keinginan wajib pajak dalam berperilaku apakah akan tidak menggunakan atau menggunakan jasa. Dengan ini wajib pajak dapat membentuk keinginannya mencari informasi, memberitahukan kepada wajib pajak lain tentang pengalamannya menggunakan jasa “X” di Sidoarjo atau malah memilih untuk tidak menggunakan jasa pelayanan. Menurut Simamora (2003), keinginan berperilaku ini menghubungkan diri wajib pajak dengan tindakan yang akan datang.

Penelitian ini penting dilakukan karena sektor transportasi di Jawa Timur mengalami peningkatan volume kendaraan bermotor dari tahun ke tahun belakangan ini. Hal ini menjadikan “X” berperan penting dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pembayaran pajak STNK kendaraan bermotor sehingga berupaya bagaimana caranya meningkatkan *behavioral intentions* terhadap wajib pajak yang kini tengah menyoroti buruknya pelayanan publik. Yang kedua, penelitian ini penting karena model penelitian yang digunakan adalah model penelitian yang menarik dan dapat di aplikasikan pada objek Kantor Pelayanan “X” yang memiliki program pemutihan yaitu program pembebasan

denda Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) yang diselenggarakan oleh Pemprov Jawa Timur. Pelayanan ini baik berupa pengurusan perpanjangan 1 tahun, perpanjangan 5 Tahun, mutasi, BBN 1 dan seterusnya yang berguna untuk memudahkan wajib pajak dalam hal pembayaran pajak STNK (www.bangsaonline.com , diunduh pada tanggal 20 November 2017).

Penelitian ini berfokus pada wajib pajak yang menggunakan jasa pelayanan publik untuk melakukan pembayaran perpanjangan 1 tahun STNK kendaraan bermotor baik motor dan mobil ini menjadi semakin menarik untuk dibahas lebih dalam secara detail mengenai pengaruh dan hubungannya dalam setiap faktor-faktor yang ada apakah dapat menciptakan *behavioral intentions* pada wajib pajak. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis mengangkat judul penelitian “Analisis Pengaruh *Interaction Quality, Physical Environment Quality, Outcome Quality*, Terhadap *Perceived Value* dan *Corporate Image* Melalui *Customer Satisfaction* Dalam Upaya Meningkatkan *Behavioral Intentions* Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan “X” Di Sidoarjo”.

1.2 Batasan Penelitian

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang *interaction quality, physical environment, outcome quality, perceived value*, dan *corporate image*, yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo.
2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti.
3. Adapun karakteristik responden yang diteliti sebagai berikut: responden yang berdomisili di Sidoarjo, responden yang pernah melakukan pembayaran pajak STNK perpanjangan tahunan pada “X” di Sidoarjo.
4. Perhitungan dan analisis hasil kuesioner menggunakan alat bantu software AMOS 22.0.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun masalah dalam penelitian ini adalah “Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi *behavioral intentions* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di

Sidoarjo” selanjutnya untuk menjawab pertanyaan pada penelitian tersebut akan digunakan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo?
2. Apakah *physical environment quality* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo?
3. Apakah *outcome quality* berpengaruh signifikan terhadap *perceived value* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo?
4. Apakah *interaction quality* berpengaruh signifikan terhadap *corporate image* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo?
5. Apakah *physical environment quality* berpengaruh signifikan terhadap *corporate image* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo?
6. Apakah *outcome quality* berpengaruh signifikan terhadap *corporate image* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo?
7. Apakah *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo?
8. Apakah *corporate image* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo?
9. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intentions* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *interaction quality* terhadap *perceived value* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *physical environment quality* terhadap *perceived value* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo.

3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *outcome quality* terhadap *perceived value* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo.
4. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *interaction quality* terhadap *corporate image* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo.
5. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *physical environment quality* terhadap *corporate image* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo.
6. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *outcome quality* terhadap *corporate image* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo.
7. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo.
8. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *corporate image* terhadap *customer satisfaction* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo.
9. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *customer satisfaction* terhadap *behavioral intentions* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan pemasaran yang ada khususnya mengenai faktor-faktor *interaction quality*, *physical environment*, *outcome quality*, *perceived value*, dan *corporate image*, *customer satisfaction* yang mempengaruhi *behavioral intentions* serta bagaimana masing-masing teori mempengaruhi satu dengan yang

lainnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi atau acuan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *behavioral intentions* pada wajib pajak Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo serta bagaimana masing-masing teori mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Selain itu hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain:

1. Instansi yang terkait dengan penelitian ini yaitu Kantor Pelayanan “X” di Sidoarjo, agar bisa menjadikan penelitian ini sebagai salah satu sumber data untuk mengembangkan kualitas pelayanan bagi wajib pajak “X” kedepannya agar lebih baik kualitas pelayanannya.
2. Memberikan pengetahuan tambahan untuk manajemen dan pihak-pihak yang terkait untuk memberikan perhatian lebih baik kepada kualitas pelayanan dan fasilitas-fasilitas lainnya sehingga memberi kepuasan bagi wajib pajak.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang uraian dari landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variabel juga metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu “X” Sidoarjo di Sidoarjo; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V : KESIMPULAN

Berisi simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.