
IMPLIKASI KUALITAS PELAYANAN DAN MOTIVASI WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Oleh

Putri Intan Permata Sari¹, Rindy Citra Dewi², Dodi Suryadi³, Tri Ayu Parwati⁴, Berta Agus Petra⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

Email: 1putriintanpermatasari@upiyptk.ac.id

Article History:

Received: 25-02-2026

Revised: 06-02-2026

Accepted: 28-03-2026

Keywords: Service Quality, Taxpayer Motivation, Tax Compliance, Tax Socialization, Motor Vehicle Tax

Abstract: This study examines the impact of service quality and taxpayer motivation on motor vehicle taxpayer compliance, with tax socialization as a moderating variable. The research aims to identify whether service quality and taxpayer motivation significantly influence compliance, and whether tax socialization strengthens these relationships. A quantitative approach was employed, involving 100 respondents who are motor vehicle taxpayers in Padang City. Data were analyzed using Moderated Regression Analysis (MRA) with SPSS software. The results show that both service quality and taxpayer motivation significantly affect taxpayer compliance. Furthermore, tax socialization moderates the relationship between service quality and compliance but does not significantly moderate the relationship between motivation and compliance. These findings highlight the critical role of effective service delivery and targeted socialization programs in improving taxpayer compliance.

PENDAHULUAN

Pada saat sekarang ini pemerintah daerah sedang gencar-gencarnya untuk melakukan pemungutan pajak, terkhususnya pajak provinsi dengan tujuan untuk meningkatkan penerimaan pajak daerahnya yang akan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Salah satu sumber penerimaan pajak provinsi yang besar sumbangsuhnya adalah Pajak Kendaraan Bermotor. Namun terdapat permasalahan dalam pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Padang salah satunya adalah masih banyaknya wajib pajak yang tidak patuh akan kewajibannya sebagai wajib pajak untuk membayar pajak kendaraan bermotor (Sovita et al., 2023). Berikut ini adalah data penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor dari kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kota Padang:

Tabel 1.1

Data Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor di SAMSAT Padang

Tahun	Target	Realisasi
2017	438.774.925.600	667.673.179.600
2018	659.279.452.000	723.325.097.150
2019	663.161.386.000	721.907.696.400
2020	554.271.571.000	377.834.212.000
2021	388.504.243.000	431.460.270.050

Sumber: SAMSAT Kota Padang

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa penerimaan pajak kendaraan bermotor selama lima tahun terakhir mengalami fluktuatif. Pada tahun 2017 sampai dengan 2019 penerimaan pajak kendaraan bermotor dapat melebihi target yang sudah ditetapkan oleh SAMSAT Padang. Namun pada tahun 2020 dan 2021 target penerimaan pajak bahkan tidak mencapai target yang sudah ditetapkan. Hal ini disebabkan akibat dari covid 19 yang terjadi pada tahun tersebut sehingga mengakibatkan tingkat kepatuhan wajib pajak juga menurun. Ada beberapa faktor yang menyebabkan turunnya tingkat kepatuhan wajib pajak di antaranya yaitu kualitas pelayanan dan motivasi wajib pajak.

Penelitian mengenai kepatuhan wajib pajak yang dilakukan oleh Tresnalyani & Jati (2018) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dibutuhkan pelayanan yang baik yang dilakukan pegawai pajak kepada masyarakat. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi salah satu kunci sukses agar masyarakat melaksanakan kewajibannya. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada wajib pajak sehingga masyarakat akan mendapatkan rasa nyaman dalam memenuhi kewajibannya. Tetapi tidak dapat dipungkiri juga ada beberapa isu yang menyampaikan bahwa pelayanan di SAMSAT kurang baik, hal inilah yang menjadi salah satu faktor pemicu penunggakan (Tangoy et al., 2023).

Ada juga hal yang dapat memperkuat atau memperlemah kepatuhan wajib pajak yaitu sosialisasi yang diberikan oleh pemerintah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Hartana & Merkusiwati (2018) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan dapat memperkuat hubungan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Meifari (2020) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan belum terlalu berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak maka dibutuhkan adanya motivasi. Motivasi dapat memberikan pengaruh positif pada kepatuhan dalam membayar pajak (Suarjana et al., 2020). Hal ini akan meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayarkan pajak kendaraannya.

LANDASAN TEORI

Toeri Atribusi

Menurut Heider pada tahun 1958 menyatakan bahwa teori atribusi adalah perilaku manusia yang disebabkan oleh faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari luar individu, sedangkan faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam individu.

Teori Kepatuhan

Teori kepatuhan (*compliance theory*) merupakan teori yang menjelaskan suatu kondisi dimana seseorang taat terhadap perintah atau aturan yang diberikan. Menurut Tahar dan Rachman (2014) kepatuhan mengenai perpajakan merupakan tanggung jawab kepada Tuhan, bagi pemerintah dan rakyat sebagai wajib pajak untuk memenuhi semua kegiatan kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Kepatuhan wajib pajak merupakan perilaku yang didasarkan pada kesadaran seorang wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya dengan tetap berlandaskan pada peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan pajak (*tax compliance*) adalah wajib pajak mempunyai kesediaan untuk memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa perlu diadakannya pemeriksaan, investigasi seksama, peringatan ataupun ancaman dalam penerapan sanksi baik dari segi hukum atau administrasi (James & Alley, 1999). Kepatuhan dalam hal perpajakan merupakan suatu kedisiplinan yang dimiliki oleh wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya di bidang perpajakan sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Wajib pajak patuh akan kewajibannya karena menganggap kepatuhan terhadap pajak adalah suatu norma (Ledermen, 2003). Semakin banyak wajib pajak yang dapat memenuhi hak dan kewajiban perpajakannya, maka wajib pajak dapat dikatakan patuh terhadap peraturan perpajakan

Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah cara melayani (membantu mengurus atau menyiapkan segala kebutuhan yang diperlukan seseorang). Sementara itu, fiskus merupakan petugas pajak. Jadi, pelayanan fiskus dapat diartikan sebagai cara petugas pajak dalam membantu, mengurus, atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang yang dalam hal ini adalah wajib pajak (Jatmiko, 2006).

Motivasi Wajib Pajak

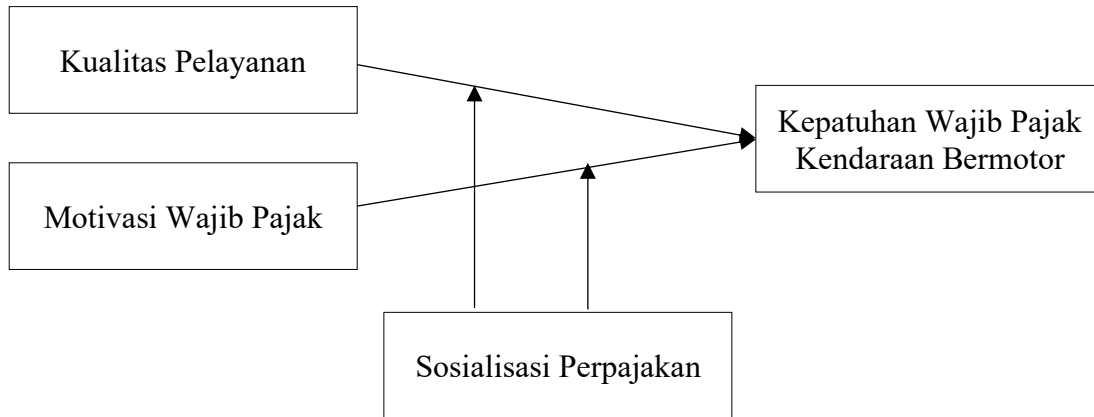
Motivasi adalah dorongan yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu, apakah mereka menyadarinya atau tidak. Menurut Illahi & Marlina (2019) motivasi terdiri dari dua komponen: intrinsik dan ekstrinsik. Untuk menciptakan kepatuhan wajib pajak, motivasi untuk membayar pajak merupakan langkah awal (Assa et al., 2017). Selain keinginan wajib pajak untuk membayar pajak, ada juga dorongan dari pihak lain seperti petugas pajak, keluarga, teman, dan tempat kerja. Dari penjelasan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa motivasi untuk membayar pajak berasal dari dorongan internal. Kepuasan yang diperoleh secara langsung dari kepatuhan membayar pajak dikenal sebagai motivasi

Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan adalah kegiatan yang dilakukan oleh Dirjen Jendral Pajak melalui kantor pelayanan pajak untuk memberikan sebuah informasi atau penyuluhan kepada wajib pajak. Dilakukannya sosialisasi agar wajib pajak mengerti dan menambah wawasan agar wajib pajak patuh untuk membayar pajaknya. Sosialisasi ini penting untuk sarana komunikasi antara pemerintah dan wajib pajak, dengan adanya sosialisasi diharapkan wajib pajak mampu dan paham bagaimana tata cara membayar pajak yang baik dan benar (Hartana & Merkusiwati, 2018).

Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir

Hipotesis:

H1 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

H2 : Diduga motivasi wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

H3 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi

H4 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan pajak dan motivasi wajib pajak terhadap variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak kendaraan bermotor yang ada di Kota Padang dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan *software* pengolahan data menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas
Validitas Kepatuhan Wajib Pajak

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kepatuhan Wajib Pajak

Variabel	No. Butir	r-hitung	r-tabel 5%	Status
		N=100	Df=98	
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	1	0,647	0,196	Valid
	2	0,616	0,196	Valid
	3	0,624	0,196	Valid
	4	0,697	0,196	Valid
	5	0,654	0,196	Valid
	6	0,642	0,196	Valid
	7	0,687	0,196	Valid
	8	0,783	0,196	Valid

Sumber: Diolah Menggunakan SPSS 25

Dari tabel di atas terlihat bahwa seluruh butir pernyataan dari variabel Kepatuhan Wajib Pajak, memiliki nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel, pada taraf signifikansi (p) = 5% (0,05), $Df = n-2$, sehingga $100-2 = 98$ yang menunjukkan angka 0,1966, sesuai dengan kriteria pengujian mengenai valid atau tidaknya. Dari perbandingan tersebut maka seluruh butir pernyataan variabel Kepatuhan Wajib Pajak dinyatakan "valid".

Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Pajak

Variabel	No. Butir	r-hitung	r-tabel 5%	Status
		N=100	Df=98	
Kualitas Pelayanan Pajak (X1)	1	0,632	0,196	Valid
	2	0,726	0,196	Valid
	3	0,712	0,196	Valid
	4	0,760	0,196	Valid
	5	0,589	0,196	Valid
	6	0,681	0,196	Valid
	7	0,791	0,196	Valid
	8	0,772	0,196	Valid

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Dari tabel di atas terlihat bahwa seluruh butir pernyataan dari variabel Kualitas Pelayanan Pajak, memiliki nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel, pada taraf signifikansi (p) = 5% (0,05), $Df = n-2$, sehingga $100-2 = 98$ yang menunjukkan angka 0,1966, sesuai dengan kriteria pengujian mengenai valid atau tidaknya. Dari perbandingan tersebut maka seluruh butir pernyataan variabel Kualitas Pelayanan Pajak dinyatakan "valid".

Validitas Motivasi Wajib Pajak

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Membayar Pajak

Variabel	No. Butir	r-hitung	r-tabel 5%	Status
		N=100	Df=98	
Motivasi Wajib Pajak (X2)	1	0,663	0,196	Valid
	2	0,623	0,196	Valid
	3	0,637	0,196	Valid
	4	0,568	0,196	Valid
	5	0,714	0,196	Valid
	6	0,699	0,196	Valid
	7	0,707	0,196	Valid
	8	0,486	0,196	Valid

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Dari tabel di atas terlihat bahwa seluruh butir pernyataan dari variabel Motivasi Membayar Pajak memiliki nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel, pada taraf signifikansi (p) = 5% (0,05), $Df = n-2$, sehingga $100-2 = 98$ yang menunjukkan angka 0,1966, sesuai dengan kriteria pengujian mengenai valid atau tidaknya. Dari perbandingan tersebut maka seluruh butir pernyataan variabel Motivasi Membayar Pajak dinyatakan "valid".

Validitas Variabel Sosialisasi Perpajakan (Z)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Sosialisasi Perpajakan

Variabel	No. Butir	r-hitung	r-tabel 5%	Status
		N=100	Df=98	
Sosialisasi Perpajakan (Z)	1	0,786	0,196	Valid
	2	0,668	0,196	Valid
	3	0,729	0,196	Valid
	4	0,760	0,196	Valid
	5	0,779	0,196	Valid
	6	0,792	0,196	Valid
	7	0,660	0,196	Valid
	8	0,759	0,196	Valid

Sumber: Diolah Menggunakan SPSS 25

Dari tabel 4.10 di atas terlihat bahwa seluruh butir pernyataan dari variabel sosialisasi perpajakan, memiliki nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel, pada taraf signifikansi (p) = 5% (0,05), $Df = n-2$, sehingga $100-2 = 98$ yang menunjukkan angka 0,1966, sesuai dengan kriteria pengujian mengenai valid atau tidaknya. Dari perbandingan tersebut maka seluruh butir pernyataan variabel sosialisasi perpajakan dinyatakan "valid".

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	N=100			Keputusan
	Jumlah Item pernyataan	Cronbach' alpha	Rule of thump	
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	8	0,808	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan Pajak (X1)	8	0,854	0,6	Reliabel
Motivasi Membayar Pajak (X2)	8	0,782	0,6	Reliabel
Sosialisasi Perpajakan (Z)	8	0,880	0,6	Reliabel

Sumber: Diolah Menggunakan SPSS 25

Dari tabel di atas terlihat seluruh instrumen berdasarkan analisis reliabilitas atas variabel penelitian lain menunjukkan bahwa nilai Cronbanch's alpha untuk semua variabel adalah di atas 0,6. Untuk itu seluruh variabel bisa dinyatakan reliabel (handal).

Statistik Deskriptif

Tabel 5. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	100	26,00	40,00	36,40	3,14305
Kualitas Pelayanan (X1)	100	24,00	40,00	34,82	3,63034
Motivasi Wajib Pajak (X2)	100	26,00	40,00	35,29	3,21391
Sosialisasi Perpajakan (Z)	100	19,00	40,00	36,40	4.351
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa variabel kepatuhan wajib pajak (Y) memiliki nilai terendah sebesar 26 dan nilai tertinggi sebesar 40 dengan nilai rata-ratanya sebesar 36,40 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 3,14305. Variabel kualitas pelayanan pajak (X2) memiliki nilai terendah 24 dan nilai tertinggi sebesar 40 dengan nilai rata-ratanya sebesar 34,82 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 3,63034. Variabel Motivasi Membayar pajak (XI) memiliki nilai terendah sebesar 26 dan nilai tertinggi sebesar 40 dengan nilai rata-ratanya sebesar 35,29 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 3,21391. Variabel Sosialisasi Perpajakan (Z) memiliki nilai terendah sebesar 22 dan nilai tertinggi sebesar 40 dengan nilai rata-ratanya sebesar 36,40 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 4,351.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang dihasilkan memiliki ketepatan dalam estimasi. Perlu diketahui terdapat kemungkinan data aktual tidak memenuhi semua asumsi klasik ini.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengkaji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan uji Kolmogorov Smirnov satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai signifikannya

Tabel 6. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	,107 ^c

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan hasil Kolmogorov-Smirnov, menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal yakni Asymp. Sig > 0,05 yaitu sebesar 0,107 Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 7. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Dengan Moderasi
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan hasil Kolmogorov-Smirnov, menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal yakni Asymp. Sig > 0,05 yaitu sebesar 0,200 Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	,609	1,642
Motivasi Wajib Pajak	,609	1,642

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel *coefficients* di atas diketahui bahwa nilai tolerance semua variabel independen > 0,01 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kedua variabel < 10. Berdasarkan kriteria dalam pengambilan keputusan diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas Dengan Moderasi

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan (X1)	,498	2,007
Motivasi Wajib Pajak (X2)	,453	1,809
Sosialisasi Perpajakan (Z)	,553	1,842

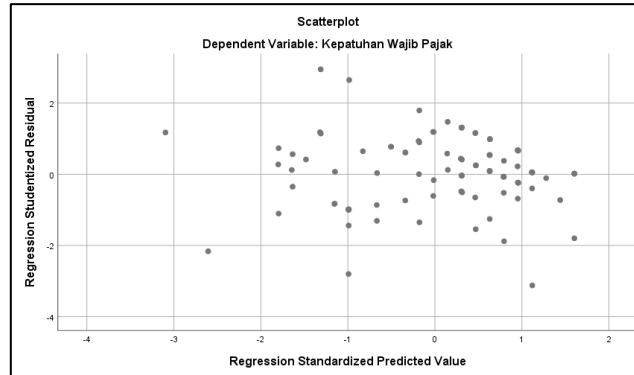
a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel *coefficients* diatas diketahui bahwa nilai tolerance semua variabel independen > 0,01 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kedua variabel < 10. Berdasarkan kriteria dalam pengambilan keputusan diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

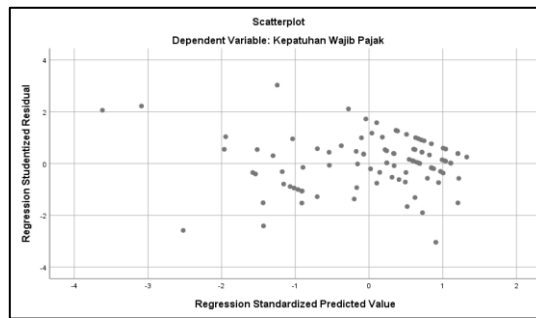
Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Dengan melihat Scatter Plot dibawah ini, titik-titiknya menyebar jauh dari grafik diagonal nol.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Diolah Menggunakan SPSS 25

Dari hasil uji scatterplot di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas karena titik-titik dari grafik scatterplot baik di bawah maupun di atas nol pada sumbu Y tidak mengelompok dan menyebar dengan pola yang tidak jelas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Diolah Menggunakan SPSS 25

Dari hasil uji scatterplot di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas karena titik-titik dari grafik scatterplot baik di bawah maupun di atas nol pada sumbu Y tidak mengelompok dan menyebar dengan pola yang tidak jelas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	11,134	2,609		4,268	,000
Kualitas Pelayanan (X1)	,358	,080	,414	4,499	,000
Motivasi Wajib Pajak (X2)	,362	,090	,371	4,031	,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat persamaannya regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = 11,134 + 0,358(X1) + 0,362(X2) + e$$

1. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa, nilai konstanta sebesar 11,134 : artinya jika kualitas pelayanan (X1) dan motivasi wajib pajak (X2) diabaikan atau bernilai (0), maka kepatuhan wajib pajak (Y) bernilai sebesar 11,134.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,358 : jika kualitas pelayanan (X1) ditingkatkan satu satuan dengan asumsi motivasi wajib pajak (X2) diabaikan atau bernilai (0), maka kepatuhan wajib pajak (Y) meningkat sebesar 0,358.
3. Koefisien regresi variabel motivasi wajib pajak (X2) sebesar 0,362 : jika motivasi wajib pajak (X2) ditingkatkan satu satuan dengan asumsi kualitas pelayanan (X1) diabaikan atau bernilai (0), maka kepatuhan wajib pajak (Y) meningkat sebesar 0,362.

Analisis Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Dengan Moderasi

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-27,269	17,404		-1,567	,121
Kualitas Pelayanan (X1)	-,401	,447	-,463	-,897	,372
Motivasi Wajib Pajak (X2)	2,202	,615	2,251	3,578	,001
Sosialisasi Perpajakan (Z)	1,170	,527	2,768	2,219	,029
Kualitas * Sosialisasi (X1*Z)	-,054	,018	-5,427	-3,017	,003
Motivasi * Sosialisasi (X2*Z)	,021	,013	2,160	1,641	,104

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat persamaannya regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = -27,269 - 0,401(X1) + 2,202(X2) + 1,170(Z) - 0,054(X1*Z) + 0,021(X2*Z) + e$$

1. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa, nilai konstanta sebesar -27,269: artinya jika kualitas pelayanan (X1), motivasi wajib pajak (X2), sosialisasi perpajakan (Z), kualitas pelayanan pajak dengan sosialisasi perpajakan (X1*Z) dan motivasi membayar pajak dengan sosialisasi perpajakan (X1*Z) diabaikan atau bernilai (0), maka kepatuhan wajib pajak (Y) bernilai sebesar -27,269.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar -0,401 : jika kualitas pelayanan (X1) ditingkatkan satu satuan dengan asumsi motivasi wajib pajak (X2), sosialisasi perpajakan (Z), kualitas pelayanan pajak dengan sosialisasi perpajakan (X1*Z) dan motivasi membayar pajak dengan sosialisasi perpajakan (X1*Z) diabaikan atau bernilai (0), maka kepatuhan wajib pajak (Y) menurun sebesar 0,401.
3. Koefisien regresi motivasi wajib pajak (X2) sebesar 2,202 : jika motivasi wajib pajak (X2) ditingkatkan satu satuan dengan asumsi kualitas pelayanan (X1), sosialisasi perpajakan (Z), kualitas pelayanan pajak dengan sosialisasi perpajakan (X1*Z) dan motivasi membayar pajak dengan sosialisasi perpajakan (X1*Z) diabaikan atau bernilai (0), maka kepatuhan wajib pajak (Y) meningkat sebesar 0,202.
4. Koefisien regresi sosialisasi perpajakan (Z) sebesar 1,170 : jika sosialisasi perpajakan (Z) ditingkatkan satu satuan dengan asumsi kualitas pelayanan (X1), motivasi wajib pajak

(X2), kualitas pelayanan pajak dengan sosialisasi perpajakan ($X1*Z$) dan motivasi membayar pajak dengan sosialisasi perpajakan ($X1*Z$) diabaikan atau bernilai (0), maka kepatuhan wajib pajak (Y) meningkat sebesar 1,170.

5. Koefisien regresi kualitas pelayanan dengan sosialisasi perpajakan ($X1*Z$) sebesar -0,054 : jika kualitas pelayanan dengan sosialisasi perpajakan ($X1*Z$) ditingkatkan satu satuan dengan asumsi kualitas pelayanan (X1), motivasi wajib pajak (X2), sosialisasi perpajakan (Z) dan motivasi membayar pajak dengan sosialisasi perpajakan ($X2*Z$) diabaikan atau bernilai (0), maka kepatuhan wajib pajak (Y) menurun sebesar 0,054.
6. Koefisien regresi motivasi wajib pajak dengan sosialisasi perpajakan ($X2*Z$) sebesar 0,021 : jika motivasi wajib pajak dengan sosialisasi perpajakan ($X2*Z$) ditingkatkan satu satuan dengan asumsi kualitas pelayanan (X1), motivasi wajib pajak (X2), sosialisasi perpajakan (Z) dan kualitas pelayanan dengan sosialisasi perpajakan ($X1*Z$) diabaikan atau bernilai (0), maka kepatuhan wajib pajak (Y) meningkat sebesar 0,021.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah pengujian terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan metode statistik sehingga hasil pengujian tersebut dapat dinyatakan signifikan secara statistik. Dengan melakukan pengujian statistik terhadap hipotesis dapat memutuskan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak.

Uji Parsial (t)

Uji t dimaksud untuk menguji signifikan pengaruh variabel bebas dan terikat secara parsial. Dimana pengujian ini terdapat 2 cara membandingkan antara: Jika probabilitas signifikan kecil dari 0,05 atau nilai t hitung > dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat pengaruh antara variabel X dengan Y. Jika probabilitas signifikan besar dari 0,05 atau nilai t hitung < dari t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga tidak terdapat pengaruh antara variabel X dengan Y. Dari hasil olah data dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	4,268	,000
Kualitas Pelayanan (X1)	4,499	,000
Motivasi Wajib Pajak (X2)	4,031	,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan pengolahan menggunakan SPSS 25, diperoleh hasil pengujian dengan SPSS diperoleh t-hitung untuk:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) 4,499 lebih kecil dari t-tabel 1,98498. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dengan nilai signifikansi 0,000 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, maka hipotesis pertama diterima.
2. Variabel motivasi wajib pajak (X2) 4,031 lebih besar dari t-tabel 1,98498. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dengan nilai signifikansi 0,000 maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian, maka hipotesis kedua diterima.

**Tabel 13. Hasil Uji Parsial (t) Dengan Moderasi
 Coefficients^a**

Model	t	Sig.
1 (Constant)	-1,567	,121
Kualitas Pelayanan (X1)	-,897	,372
Motivasi Wajib Pajak (X2)	3,578	,001
Sosialisasi Perpajakan (Z)	2,219	,029
Kualitas * Sosialisasi (X1*Z)	-3,017	,003
Motivasi * Sosialisasi (X2*Z)	1,641	,104

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan pengolahan menggunakan SPSS 25, diperoleh hasil pengujian dengan SPSS diperoleh t-hitung untuk :

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) -3,017 lebih besar dari t-tabel 1,98525. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dengan nilai signifikansi 0,003 maka Ho ditolak dan H3 diterima. Dengan demikian, maka hipotesis ketiga diterima.
2. Variabel motivasi wajib pajak (X2) 1,641 lebih kecil dari t-tabel 1,98525. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dengan nilai signifikansi 0,104 maka Ho diterima dan H4 ditolak. Dengan demikian, maka hipotesis keempat ditolak.

Uji Simultan (F)

Uji F dimaksud untuk menguji signifikan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dimana pengujian ini terdapat 2 cara membandingkan yaitu, jika probabilitas signifikan kecil dari 0,05 atau nilai F hitung > dari F tabel maka, terdapat pengaruh secara bersama-sama antara X terhadap Y dan jika probabilitas signifikan besar dari 0,05 atau nilai F hitung < dari F tabel maka, tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama antara X terhadap Y. Dari hasil olah data dapat disajikan pada tabel berikut :

Tabel 14. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
1 Regression	48,574	,000 ^b
Residual		
Total		

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F-hitung 48,574 > F-tabel 3,09 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent.

Tabel 15. Hasil Uji Simultan (F) Dengan Moderasi
ANOVA^a

	Model	F	Sig.
1	Regression	22,484	,000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F-hitung 22,484 > F-tabel 2,70 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,707 ^a	,500	,490

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,490 atau 49%, hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan variabel independen terhadap variabel Y sebesar 0,490 atau 49%. Sedangkan sisanya sebesar 51% dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,738 ^a	,545	,520

Sumber : Diolah Menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,520 atau 52%, hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan variabel independen terhadap variabel Y sebesar 0,520 atau 52%. Sedangkan sisanya sebesar 48% dipengaruhi oleh variabel lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor
2. Motivasi wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi
4. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Assa, K. M., Morasa, J., & Pusung, R. J. (2017). Pengaruh Motivasi, Tingkat Pendidikan, Dan Sosialisasi Dalam Mendorong Kemauan Wajib Pajak Mengikuti Pengampunan Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado). *Jurnal Riset Akuntansi Going*

Concern, 12(2).

- [2] Hartana, I. M. G., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 25(2), 1506–1533. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v25.i02.p26>
- [3] Illahi, S. K., & Marlina. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Motivasi Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Padang Satu. *Academic Conference of Accounting J*, 555–568.
- [4] Ledermen, L. (2003). The interplay between norms and enforcement in tax compliance. *Ohio State Law Journal*, 64(6), 1453–1496.
- [5] Sovita, I., Arita, E., & Sanur, S. S. (2023). Pengaruh Sanksi dan Penertiban Pajak Kendaraan Bermotor terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(1), 85–103.
- [6] Suarjana, A., Partika, I. D. M., Jaya, I., & ... (2020). Pengaruh Kualitas dan Kepuasan Pelayanan Pajak terhadap Motivasi Membayar Pajak Serta Dampaknya terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Bisnis Dan ...*, 16(2), 147–159.
- [7] Tangoy, J. A., Engka, D. S. ., & Masloman, I. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Penunggakan Pajak Kendaraan Bermotor Di Samsat Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23(1), 1–12.
- [8] Tresnalyani, N. K. M., & Jati, I. K. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Perpajakan dan Biaya Kepatuhan pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(1), 578–605. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i01.p22>