PENGUKURAN E-GOVERENMENT SERVICE QUALITY TERHADAP SATISFACTION DAN LOYALITY PADA LAYANAN PAJAK ONLINE DI KABUPATEN SEMARANG

Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

RIZA FATIMA

B100190072

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL NASKAH PUBLIKASI ILMIAH MAHASISWA

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

RIZA FATIMA
B 100 190 072

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing

Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si
NIDN. 0616087401

HALAMAN PENGESAHAN

PENGUKURAN *E-GOVERNMET* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *LOYALITY* PADA LAYANAN PAJAK ONLINE DI KABUPATEN SEMARANG

OLEH

RIZA FATIMA
B100190072

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada Tanggal: 29 Desember 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Prof. Dr. Anton AS, S.E., M.MSi.
   (Ketua Dewan Penguji) (.....)
2. Imron Rosyadi, S.E., M.Si.
   (Anggota I Dewan Penguji) (.....)
3. Drs. Sri Padmantyo, MBA.
   (Anggota II Dewan Penguji) (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiah Surakarta

Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.
NIDN.0616087401

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 08 Februari 2023

Penulis

RIZA FATIMA
B100190072

PENGUKURAN *E-GOVERENMENT SERVICE QUALITY* TERHADAP *SATISFACTION* DAN *LOYALITY* PADA LAYANAN PAJAK ONLINE DI KABUPATEN SEMARANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengukuran e-goverenment service quality terhadap satisfaction dan loyality pada layanan pajak online di Kabupaten Semarang. Data yang digunakkan adalah data primer yang diambil dengan cara menyebar kuosioner yang menggunakan skala pengukuran Likert. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berjenjang dengan program SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel e-goverenment service quality (X1) dan satisfaction (X2) terhadap loyality (Y) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyality layanan pajak online

Kata Kunci: *E-goverenment Service Quality, Satisfaction, Loyality.*

Abstract

This study aims to analyze the measurement of e-government service quality on satisfaction and loyalty in online tax services in Semarang Regency. The data used is primary data taken by distributing questionnaires using a Likert measurement scale. The data analysis technique of this research uses multiple linear regression with the SPSS version 22 program. The results of this study indicate that the e-government service quality (X1) and satisfaction (X2) variables on loyalty (Y) partially have a positive and significant effect on tax service loyalty. on line.

Keywords: Digital Marketing, Product Quality and Purchasing Decisions

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi ini menjadi pendorong berkembangnya aplikasi elektronik dalam berurusan dengan pemerintah yang bisa disebut dengan layanan elektronik pemerintah. Salah satu cara pemerintah memajukan teknologi yang ada adalah dengan cara menciptakan aplikasi elektronik mengenai pembayaran pajak. Pajak merupakan iuran wajib masyarakat yang dibayarkan kepada negara dan akan digunakkan untuk kepentingan dan kesejahteraan pemerintah maupun masyarakat. Salah satu tujuan pajak adalah membiayai negara, memperlambat bahkan menghambat laju inflasi di suatu negara terutama di Indonesia.

Direktorat Jendral Pajak atau disingkat dengan DJP merupakan salah satu tingkatan jabatan di bawah Kementrian Keuangan Indonesia yang bernaung di bidang perpajakan Indonesia untuk merumuskan dan melaksanakan kebijakan. Aspek utama yang menjadi pelayanan awal dari DJP adalah menyediakan aplikasi perpajakan bagi wajib pajak dan menyediakan jasa aplikasi penunjang bagi wajib pajak. Layanan DJP juga terdiri dari pemberian NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) pribadi karyawann, menyediakan aplikasi penyaluran bukti pemotongan elektronik, menyediakan

aplikasi pembuaan kode Billing, penyaluran Surat Pemberitahuan dalam bentuk dokumen elektronik.

Pelayanan pajak online merupakan layanan pembayaran yang menggunakan instrumen internet dan elektronik. Sistem pajak online disebut sebagai transmisi informasi pajak langsung ke administrasi pajak menggunakan Internet (Edwards-dowe, kami, 2008). Layanan pajak online memberikan dampak ekonomi menjadi lebih efektif terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas masyarakat, hal ini dikarenakan kemudahan, peghematan waktu, dan efektifitasnya biaya baik dari petugas pajak dan wajib pajak (Azmi, 2012). Sistem pembayaran pajak secara online di Indonesia menggunakan aplikasi DJP (Direktorat Jenderal Pajak) yang bisa diunduh dismartphone atau bisa juga dengan menggunakan web pembayaran pajak online yang resmi.

Untuk mendapatkan nilai kualtas dan loyalitas oleh masyarakat salah satunya adalah layanan pemerintah terhadap pembayaran pajak. Menurut Tim Inisiatif BI, (2006) Dalam perekonomian yang modern lalu lintas pertukaran barang dan jasa sudah sedemikian cepatnya sehingga memerlukan dukungan tersedianya sistem pembayaran yang handal yang memungkinkan dilakukannya pembayaran secara lebih cepat, efisien, dan aman. Pelayanan pemerintah harus efektif untuk memudahkan masyarakat. Pelayanan pemerintah mengenai pembayaran pajak yang lebih dahulu ada dan sering dilakukan oleh masyarakat adalah pembayaran pajak dengan tunai dan masyarakat diwajibkan datang langsung untuk melakukan prses pembayaran pajak. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih dan modern mendorong pemerintah meningkatkan layanan pembayaran pajak secara online.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Ahmad Irwansyah, 2018) menjelaskan bahwa penelitiannya adalah adanya pengaruh langsung secara positif dan signifikan antara kualitas E-service terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tri Atmojo, 2022), hasil penelitian ini mengatakan bahwa kualitas E-service tidak berpengaruh langsung terhadap customer loyality, E-service quality berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas E- customer melalui E-customer satisfaction .

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengukuran E-government Service Quality Terhadap Satisfaction dan Loyality Layanan Pajak Online di Kabupaten Semarang”.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis outer model, analisis inner model, dan analisis uji hipotesis. Dan penelitian ini dibantu pengelolaan data menggunakan software SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat wajib pajak

yang berada di Kabupaten Semarang. Teknik pegambilan sampel yang digunakkan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Dihasilkan jumlahn 200 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner melalui Google Form. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengukuran sampel yaitu menggunakan skala likert. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan Skala Likert yang mempunyai 5 tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-5

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Demografi Responden

a. Berdasarkan Usia

Tabel 1. Hasil Demografi Usia

Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
17 - 27	79	39,5%
28 - 40	47	23,5%
> 40	74	37%
Jumlah	200	100%

b. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 2. Hasil Demografi Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
D3	27	13,5%
S1/D4	118	59%
S2	29	14,5%
S3	1	0,5%
SMA/SMK	25	12,5%
Total	200	100%

c. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3. Hasil Demografi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	84	42%
Laki-laki	116	58%
Total	200	100%

d. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. Hasil Demografi Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
ASN	71	35,5%
Karyawan Swasta	48	24%
Pelajar/Mahasiswa	15	7,5%
TNI/POLRI	15	7,5%
Wiraswasta/Pengusaha	34	17%
Lainnya	17	8,5%
Total	200	100%

e. Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Tabel 5. Hasil Demografi Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Rp. 0-1.000.000	14	7%
Rp. 1.100.000-3.000.000	21	10,5%
Rp. 3.100.000-5.000.000	54	13,5%
Rp. 5.100.000-10.000.000	68	27%
Rp. 10.100.000-20.000.000	27	34%
Lebih dari Rp. 20.000.000	16	8%
Total	200	100%

3.2 Uji Validitas

Uji validitas yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan bivariate person dimana ketentuan yang digunakkan dalam metode ini yaitu data dikatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel

Tabel 6. Hasl Uji Validitas

Variabel	Indikator	*r hitung*	*r tabel*	Kesimpulan
E-Goverenment	X1.1	0,836	0,138	Valid
	X1.2	0,904	0,138	Valid
	X1.3	0,858	0,138	Valid
	X1.4	0,801	0,138	Valid
	X1.5	0,870	0,138	Valid
	X1.6	0,867	0,138	Valid
	X1.7	0,890	0,138	Valid
	X1.8	0,838	0,138	Valid
	X1.9	0,792	0,138	Valid
	X1.10	0,793	0,138	Valid
Statisfaction	X2.1	0,663	0,138	Valid
	X2.2	0,600	0,138	Valid
	X2.3	0,890	0,138	Valid
	X2.4	0,823	0,138	Valid

	X2.5	0,916	0,138	Valid
	X2.6	0,918	0,138	Valid
	X2.7	0,891	0,138	Valid
	X2.8	0,827	0,138	Valid
	X2.9	0,796	0,138	Valid
	X2.10	0,751	0,138	Valid
Loyality	Y1	0,784	0,138	Valid
	Y2	0,715	0,138	Valid
	Y3	0,897	0,138	Valid
	Y4	0,856	0,138	Valid
	Y5	0,720	0,138	Valid
	Y6	0,716	0,138	Valid
	Y7	0,721	0,138	Valid
	Y8	0,769	0,138	Valid
	Y9	0,817	0,138	Valid

3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach's Alpha.* Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka instrumen dinyatakan reliabel atau konsisten (V.Wiratna Sujarweni, 2014).

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	**Nilai *Cronbach's Alpha***	**Keputusan**
E-gov Sequal	0,948	*Realiabel*
Satisfacion	0,946	*Realiabel*
Loyality	0,931	*Realiabel*

Pada table tersebut menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

3.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui data berdistribusi secara normal atau tidak. Diketahui uji normalitas memilki sig > 0,05 maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika sig < 0,05 maka data tersebut dinyatakan berdistribusi secara tidak normal.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

Variabel	***Kolmogrov-Smirno***	***Asymp sig (2-tailed)***	**Keputusan**
Loyality	0,187	0,000	Tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat dari *Variance Infation Factor* (VIF) dan *tolerance* yang dapat mengidentifikasikan ada tidaknya masalh multikolinearitas. Apabila nilai VIF < 10,00 atau nilai *tolerance* > 0,10, maka model regres dalam penelitian ini dianggap tidak memiliki gejala multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF > 10,00 atau nilai *tolerance* < 0,10, maka artinya terjadi multikolineartas dalam model regresi.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Varibel	Tolerance	VIF	Keputusan
E-gov Sequal(X_1)	0,190	5,272	Tidak ada gejala multikolinearitas
Satisfaction(X_2)	0,190	5,272	Tidak ada gejala multikolinearitas

c. Uji Heterokedastisitas

Dalam uji heteroskedatisitas menggunakan metode glejser yang merupakan alat untuk mengukur ada tidaknya heteroskedatisitas dalam model regresi. Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 10. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
E-gov Sequal (X_1)	0,490	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Satisfaction (X_2)	0,009	Terjadi gejala heteroskedastisitas

3.5 Uji Kelayakan Model

a. Uji Hipotesis / Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance). Jika probabilitas signifikansi < 0,05 maka dapat dikatakn bahwa terdapat pengaruh dari variabel dependen secara parsial. Tetapi jika probabilitas signifikansi > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 11. Hasil Uji t

Variabel	Beta	T-hitung	Sig	Keterangan
(constant)	2,391	2,032	0,044	
E-gov Sequal	0,349	5,731	0,000	H_1 diterima
Satisfaction	0,497	7,755	0,000	H_2 diterima

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan sebagai berikut:

a) Berdasarkan hasil uji t pada variabel *E-gov Sequal* terhadap *Satisfaction* diperoleh signifikasi 0,000 < 0,05, sehingga **H_1 diterima** dan H_o ditolak. Dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi variabel *E-gov Sequal* signifikan secara statistik, sehingga variabel *E-gov Sequal* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Satisfaction.*

b) Berdasarkan hasil uji t pada variabel *E-gov Sequal* terhadap *Loyality* diperoleh t_{hitung} 5,731 > dari t_{tabel} 1,65259 dengan signifikasi 0,000 < 0,05, sehingga **H_2 diterima** dan H_o ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel *E-gov Sequal* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Loyality.*

c) Berdasarkan hasil uji t pada variabel *Satisfaction* terhadap *Loyality* diperoleh nilai t_{hitung} 7,755 > t_{tabel} 1,65259 dengan signifikasi 0,000 < 0,05, sehingga **H_3 diterima** dan H_o ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Loyality.*

b. Goodness of Fit Model (Uji F)

Tabel 12. Hasil Uji F

F_{hitung}	**F_{tabel}**	**Keputusan**
28,498	3,04	Memiliki *Good of Fit* model yang baik

Dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 28,498 > F_{tabel} sebesar 3,04, maka H_o ditolak. Penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara simultan *E-gov Sequal* dan *Satisfaction* terhadap *Loyality.*

c. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah pengukuran seberapa jauh kemampuan model variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-vaariabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2016).

Dapat disimpulkan 0,822 yang memiliki makna bahwa E-gov Sequal (X_1) dan *Satisfaction* (X_2) dapat menjelaskan variabel *Loyality* sebesar 82,2% sisanya sebesar 17,8% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

3.6 Analisis Regresi Berjenjang

Tabel 13. Hasil pada variabel E-goverenment Terhadap Statisfaction

Varibel	Unstandarized Coefficients B	t	Sig.
(Constant)	5,747	4,626	0,000
E-gov Sequal	0,856	29,022	0,000

Tabel 14. Hasil pada variabel E-goverenment Terhadap Loyality

Varibel	Unstandarized Coefficients B	t	Sig.
(Constant)	5,257	4,134	0,000
E-gov Sequal	0,774	25,661	0,000

Tabel 15. Hasil pada variabel Statisfaction Terhadap Loyality

Varibel	Unstandarized Coefficients B	t	Sig.
(Constant)	3,291	2,615	0,000
E-gov Sequal	0,827	27,476	0,000

a. Variabel *E-gov Sequal* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Satisfaction.* Dalam uji ini menggunakan total, maka hasilnya signifikan, jika variabel dihitung menggunakan mean uji tidak signifikan. Tanda bintang tersebut dapat menjelaskan bahwa variabel signifikan karena signifikansinya 0,000 < 0,05
b. Variabel *E-gov Sequal* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Loyality.* . Dalam uji ini menggunakan total, maka hasilnya signifikan, jika variabel dihitung menggunakan mean uji tidak signifikan. Tanda bintang tersebut dapat menjelaskan bahwa variabel signifikan karena signifikansinya 0,000 < 0,05
c. Variabel *Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Loyality.* . Dalam uji ini menggunakan total, maka hasilnya signifikan, jika variabel dihitung menggunakan mean uji tidak signifikan. Tanda bintang tersebut dapat menjelaskan bahwa variabel signifikan karena signifikansinya 0,000 < 0,05

Pembahasan

a. Pengaruh E-gov Sequal (X1) Terhadap Satisfaction (X2)

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel E-gov Sequal (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Satisfaction (X2). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikasinya 0,000 < 0,05, sehingga didapatkan kesimpulan bahwa H1 didukung.

Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan atas variabel E-gov Sequal

terhadap Satisfaction. Semakin banyak yang menggunakan dan mengakses web E-gov Sequal, maka semakin baik dan banyak pula Satisfaction pada layanan pajak online. Hal ini sangat memungkinkan bahwa layanan pajak online di Kabupaten Semarang perlu meningkatkan layanannya agar masyarakat dapat mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Sehingga hasil ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Dessanti Putri Sekti Ari, 2020) mengenai dimana hasil penelitian yang dilakuka hasilnya menyatakan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan Website DJP Terhadap Kepuasan Pengguna dengan Modifikasi E-gov Sequal yang menyatakan bahwa dimensi e-gov sequal dan modifikasi signifikasinya membentuk variabel kualitas sistem dan variabel kualitas sistem mempengaruhi kepuasan pengguna.

b. Pengaruh E-gov Sequal (X1) Terhadap Loyality (Y)

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel E-gov Sequal (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyality (Y). Hal ini dibuktikan denga nilai signifikasinya 0,000 < 0,05, sehingga H2 didukung.

Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan atas variabel E-gov Sequal terhadap Loyality. Semakin baik layanan pajak online, semakin baik pula loyalitas masyarakat agar tetap menggunakan layanan tersebut. Hal ini sangat memungkinkan bahwa layanan pajak online di Kabupaten Semarang perlu memperhatikan secara detai pelayanan kepada masyarakat agar masyarakat tetap menggunakan layanan pajak online. Sehingga hasil mendukung penelitian sebelumnya yang diteliti oleh (Sunandar, 2016) mengenai Pengaruh Pengaruh Core Quality, Relational quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Service Switching, dan Voice Terhadap Loyalitas Pada Kantor Konsultan Pajak Husni & Mulyadi Consulting yang menyatakan bahwa Variabel core quality, relational quality, perceived value, customer satisfaction, service switching, dan voice secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada Kantor Konsultan Pajak Husni & Mulyadi Consulting.

c. Pengaruh *Satisfaction* (X_2) terhadap *Loyality* (Y)

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel *Satisfaction* (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Loyality* (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikasinya 0,000 < 0,05, sehingga H_3 didukung.

Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan atas variabel *Satisfaction* terhadap *Loyality*. Semakin tinggi kepuasan masyarakat terhadap layanan pajak online, semakin tinggi pula tingkat kesetiaan masyarakat untuk menggunakan layanan pajak online di Kabupaten Semarang. Hal ini sangat memungkinan bahwa pemerintah perlu meningkatkan pelayanan yang memuaskan pada

layanan pajak online, sehingga masyarakat akan tetap menggunakan layanan pajak online tersebut. Sehingga hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang diteliti oleh (Sunandar, 2016) mengenai Pengaruh Pengaruh *Core Quality, Relational quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Service Switching,* dan *Voice* Terhadap Loyalitas Pada Kantor Konsultan Pajak Husni & Mulyadi Consulting yang menyatakan bahwa *Variabel core quality, relational quality, perceived value, customer satisfaction, service switching,* dan *voice* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada Kantor Konsultan Pajak Husni & Mulyadi Consulting

4 PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian Pengaruh E-goverenment Service Quality Terhadap Satisfaction dan Loyality Pada Layanan Pajak Online di Kabupaten Semarang yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan. E-gov memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Satisfaction E-gov memiliki pengaruh postitif dan signifikan terhadap variabel Loyality. Satisfaction memiliki pengaruh positif dan signifikan tehadap variabel Loyality

Keterbatasan dalam penelitian ini, hanya menggunakan dua variabel independen saja, yaitu E-gov Sequal dan Satisfaction yang diamati berpengaruh terhadap variabel Loyality, sehingga belum mengetahui banyak variabel yang akan mempengaruhi variabel Loyality. Penelitian hanya dilakukan pada masyarakat di Kabupaten Semarang yang memungkinkan disetiap kota atau kabupaten menunjukkan hasil penelitian yang berbeda. Dalam penelitian ini, uji normalitas mempunyai kemampuan generisasi yang tidak sebaik datanya, uji normalitas dapat dikatakan normal jika datanya sama dan uji validitasnya bagus.

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan peneliti selanjutnya enelitian ini dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya terutama terkait manajemen jasa konsultan pajak online. Bagi konsultan pajak online di Kabupaten Semarang dalam meningkatkan layanannya terhadap masyarakat agar memperhatikan variabel *satisfaction* dan *loyality* untuk dapat dipertahankan dan ditingkatkan.

PERSANTUNAN

Penulis menyadari bahwa pencapaian penelitian ini tidak lepas dari doa restu kedua orang tua dan dukungan dari berbagai pihak. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. Selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penelitian ini, dan pihak-pihak yang telah menyumbangkan pemikiran demi terwujudnya penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

Alanezi, M. A., Mahmood, A. K., & Basri, S. (2012, June). A proposed model for assessing e-government service quality: An ES-QUAL approach. In *2012 International Conference on Computer & Information Science (ICCIS)* (Vol. 1, pp. 130-135). IEEE.

Ari, D. P. S., & Hanum, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Djp Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Modifikasi E Govqual. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, *15*(1), 104-111.

DAM, S. M., & DAM, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *8*(3), 585-593.

Hernández-Rojas, R. D., Huete-Alcocer, N., & Hidalgo-Fernández, A. (2022). Analysis of the impact of traditional gastronomy on loyalty to a world heritage destination. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *30*, 100585.

Joshi, P. R., & Islam, S. (2018). E-government maturity model for sustainable E- governmenet services from the perspective of developing countries. *Sustainability*, *10*(6), 1882.

Kiss, M., Czine, P., Balogh, P., & Szakály, Z. (2022). The connection between manufacturer and private label brands and brand loyalty in chocolate bar buying decisions–A hybrid choice approach. *Appetite*, *177*, 106145.

Law, C., Brown, K. A., Green, R., Venkateshmurthy, N. S., Mohan, S., Scheelbeek, P. F., ... & Cornelsen, L. (2021). Changes in take-home aerated soft drink purchases in urban India after the implementation of Goods and Services Tax (GST): An interrupted time series analysis. *SSM-population health*, *14*, 100794.

Minarti, S. N., & Segoro, W. (2014). The influence of customer satisfaction, switching cost and trusts in a brand on customer loyalty–The survey on student as IM3 users in Depok, Indonesia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *143*, 1015-10

Permana, T. I. P., & Manar, D. G. (2022). Inovasi Pelayanan Publik Pemerintah Daerah: Lek Paijo (Layanan Elektronik Pajak Daerah Sistem Jaringan Online) Untuk Menciptakan Good Governance di Kota Semarang. *Journal of Politic and Government Studies*, *11*(3), 111- 121.

Sunandar, S., Widianti, H., & Utami, E. U. S. (2016). PENGARUH CORE QUALIT, RELATIONAL QUALITY, PERCEIVED VALUE, CUSTOMER SATISFACTION, SERVICE SWITCHING DAN VOICE TERHADAP LOYALITY PADA KANTOR KONSULTAN PAJAK HUSNI & MULYADI CONSULTING. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, *15*(2), 56-62.

Tan, P. L., Rasoolimanesh, S. M., & Manickam, G. (2022). How corporate social responsibility affects brand equity and loyalty? A comparison between private and public universities. *Heliyon*, *8*(4), e09266.

Twizeyimana, J. D., & Andersson, A. (2019). The public value of E- Government–A literature review. *Government information quarterly*, *36*(2), 167-178.