

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS
PELAYANAN JASA KONSULTAN PAJAK
(Studi Pada Kantor Konsultan Pajak Sudarno Di Pekanbaru - Riau)**



Disusun Sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

MUHAMMAD PRINGGO PRAYETNO

B100 140 442

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS
PELAYANAN JASA KONSULTAN PAJAK
(Studi Pada Kantor Konsultan Pajak Sudarno Di Pekanbaru - Riau)

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

MUHAMMAD PRINGGO PRAYETNO

B100140442

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Dr. Edy Purwo Saputro, S.E, M.Si.

NIK. 0613097001

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS
PELAYANAN JASA KONSULTAN PAJAK
(Studi Pada Kantor Konsultan Pajak Sudarno Di Pekanbaru - Riau)
OLEH**

MUHAMMAD PRINGGO PRAYETNO

B100140442

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji




Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Senin, 22 Januari 2018

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

- | | |
|---|---|
| 1. Sri Murwanti, S.E, M.M.
(Ketua Dewan Penguji) | () |
| 2. Dr. Edy Purwo Saputro, S.E, M.Si.
(Sekretaris Dewan Penguji) | () |
| 3. Ir. Irmawati, S.E, M.Si.
(Anggota Dewan Penguji) | () |

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. Syamsudin, M.M

NIK. 0017025701

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi 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 disebut dalam daftar pustaka.

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

Surakarta, 22 Januari 2018

Penulis



Muhammad Pringgo Prayetno

B100140442

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS
PELAYANAN JASA KONSULTAN PAJAK
(Studi Pada Kantor Konsultan Pajak Sudarno Di Pekanbaru - Riau)**

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa berupa produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik terhadap kualitas pelayanan jasa konsultan pajak Sudarno di Pekanbaru. Penelitian ini juga untuk mengetahui di antara produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik mana yang lebih dominan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan jasa konsultan pajak Sudarno di Pekanbaru.

Regresi linier berganda untuk menguji model yang dihipotesiskan secara statistik, serta untuk menentukan sejauh mana menggunakan model yang diajukan konsisten dengan data sampel.

Secara praktis penelitian ini diharapkan memiliki tiga manfaat yaitu, pertama : Bagi konsultan Pajak pada umumnya dan terkhusus konsultan Pajak Sudarno di Pekanbaru dapat memberikan informasi dan data yang sangat berharga untuk melakukan tindak lanjut terkait manajemen pemasaran jasa konsultan pajaknya dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kliennya. Kedua : Bagi wajib pajak, dapat memberikan informasi yang berharga terutama dalam memutuskan untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa konsultan pajak dalam melaksanakan hak dan menunaikan kewajiban perpajakannya. Ketiga : Bagi pemerintah terutama Direktorat Jenderal Pajak, dapat menjadi informasi yang sangat penting terutama dalam mengevaluasi eksistensi Konsultan Pajak sebagai fasilitator/ perpanjangan tangan pemerintah dalam membantu meniadakan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, orang dan proses berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas pelayanan jasa Konsultan Pajak Sudarno. Sementara variabel harga dan bukti fisik berpengaruh negatif signifikan terhadap kualitas pelayanan jasa Konsultan Pajak Sudarno, serta variabel tempat dan promosi ternyata tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan jasa Konsultan Pajak Sudarno di Pekanbaru. Di antara variabel bauran pemasaran jasa, yang dominan mempengaruhi kualitas pelayanan jasa Konsultan Pajak Sudarno adalah variabel proses.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan jasa Konsultan Pajak Sudarno di Pekanbaru dapat dipengaruhi secara simultan oleh bauran pemasaran jasa berupa produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik.

Kata kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, Bukti Fisik dan Kualitas Pelayanan (*Service Quality*).

Abstract

The purpose of this research is to aim several purposes, first, to find out and to analyze the influence of marketing service mix in the form of product,

price, place, promotion, people, process and physical proof qualities of tax consulting services in the work of Sudarno, tax consultant, in Pekanbaru. Secondly, to find out the dominant influence in service quality in product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence in tax consulting services, Sudarno, the tax consultant, in Pekanbaru.

The writer using Multiples linear regressions hypothesized in statistic model, as well as to determine the extent of consistent model in the data sample.

Practically, this research expects to have three benefits, namely: 1) To provide the valid information and the data that related to marketing management services tax consultant in improving the quality of service 2) To provide valuable information for the Taxpayer, who wants to decide whether to use or not to use the services of tax consultants in exercising their rights and fulfilling their tax obligations. 3) To evaluating the existence of Tax Consultant as facilitator / extension of the government in helping in order to make the Taxpayer awaken in implementing taxation rights and obligations

The result shows that product variables, people and processes have a significant positive effect on the quality of services Tax Consultant Sudarno. While the price variable and the physical evidence has a significant negative effect to the quality of Tax Service Sudarno service, as well as place and promotion variables did not affect the quality of tax consulting services, especially in Sudarno, the Tax consultant in Pekanbaru. Among the variables of service marketing mix, the dominant affect that showed in the quality of Tax consulting services in Tax consultant, Sudarno, is the process variable.

The conclusion of this research is the quality of Sudarno Tax Consulting service in Pekanbaru can be influenced simultaneously by marketing service mix in the form of product, price, place, promotion, people, process and physical evidence.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion, Person, Process, Physical Evidence and Quality of Service

1. PENDAHULUAN

Di era saat ini memiliki persaingan yang ketat dan sempit dalam sektor pemasaran baik bisnis jasa maupun retail, harus memperhatikan kualitas layanan yang diberikan. Produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik merupakan bauran pemasaran terpenting dalam kualitas pelayanan tersebut. Hal ini dibuktikan dengan sejumlah riset yang dilakukan (Komardi dan Nasrul, 2013; Sudarno dan Purwaningsih, 2013; Novita dan Marjoeliandra, 2014; Rahman dan Jessica, 2014; Gultom et.al, 2014; Sianturi dan Novita, 2015; Clarissa dan Mangoting, 2013; Betari dan Anita, 2015), didapatkan bahwa Produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik sebagai indikator dalam mencapai

kualitas pelayanan dan menarik untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian buaran pemasaran dikaitkan dengan kualitas pelayanan jasa konsultan pajak juga dilakukan oleh (Pontoh et.al, 2017; Munabari dan Aji, 2014; Supeno, 2011; Hartanto dan Tjondro,2013; Sumberjaya dan Arisman, 2017; Arestanti et.al, 2016; Sugianto, 2017) yang dapat mengembangkan teori dan fakta dalam penelitian ini.

Dikaitkan kondisi di atas pada hasil penelitian pemasaran jasa yang dilakukan oleh Rahman dan Jessica (2014) dengan objek penelitian jasa rumah di rumah makan yang menunjukkan variabel tempat, bukti fisik dan produk adalah tiga variabel yang paling dominan memiliki persepsi positif bagi konsumen. Sementara Sudarno dan Purwaningsih (2013) melakukan penelitian jasa pelayanan kesehatan bahwa variabel produk, harga, promosi, tempat dan bukti fisik tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen dan hanya variabel orang dan proses yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pelayanan kesehatan. Sianturi dan Novita (2015) dalam hasil penelitiannya dengan obyek jasa pendidikan membuktikan secara parsial kehandalan, daya tanggap, bukti fisik dan jaminan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan siswa, sementara hanya empati yang berpengaruh terhadap kepuasan siswa. Lebih lanjut Marjoeliandra dan Novita (2014) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan warga belajar dalam menggunakan jasa pelayanan pendidikan dengan variabel produk, harga dan tempat, hanya variabel tempat saja yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan warga belajar dalam menggunakan jasa pelayanan pendidikan.

Penelitian yang terkait jasa konsultan pajak dilakukan oleh Munabari dan Aji (2014) yang melakukan penelitian tentang pengaruh pengetahuan perpajakan, persepsi tentang konsultan pajak, dan persepsi tentang *account representative* terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada wajib pajak badan di KPP Pratama Bantul. Hasil penelitiannya secara simultan variabel yang diteliti memiliki hasil yang positif dan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan jasa konsultan pajak. Sementara secara parsial hanya variabel persepsi tentang AR didapatkan hasil yang negatif dan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa konsultan pajak. Clarissa dan Mangoting (2013) menguji

pengaruh kualitas jasa konsultan pajak terhadap kepuasan klien di Surabaya, menunjukkan *accessibility and flexibility, reliability and trustworthiness*, dan *service recovery* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan klien atas jasa konsultan pajak di Surabaya. Supeno (2011) melakukan penelitian tentang dampak kesesuaian persepsi klien terhadap jasa pelayanan konsultan pajak pengaruhnya terhadap kinerja konsultan pajak. Hasil penelitiannya didapatkan bahwa kesesuaian yang tinggi persepsi klien dengan jasa dan pelayanan konsultan pajak menyebabkan wajib pajak akan menggunakan jasa konsultan pajak dan meningkatkan kepercayaan klien yang cukup tinggi untuk konsultan pajak. Namun hasil yang didapat menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh karakteristik dari klien yang dilayani baik individu ataupun organisasi terhadap kinerja konsultan pajak. Sementara itu Sumber Jaya dan Arisman (2016) telah meneliti pengaruh pengetahuan pajak sanksi pajak dan peran konsultan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Palembang. Hasilnya menunjukkan hanya pengetahuan pajak dan sanksi pajak berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Palembang. Sedangkan peran konsultan pajak tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Palembang.

Berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil penelitian dari penelitian terdahulu di atas sangat menarik untuk diteliti **kualitas pelayanan jasa konsultan pajak terhadap wajib pajak sebagai klien dengan studi kasus pada Konsultan Pajak Sudarno di Pekanbaru**. Studi ini akan menganalisis faktor-faktor produk/jasa, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik sebagai variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa Konsultan Pajak.

2. METODE

2.1 Populasi dan Sampel

Populasi yang di ambil dalam penelitian ini adalah semua wajib pajak yang menjadi klien Kantor Konsultan Pajak “Sudarno” baik WP badan maupun WP orang pribadi. Sementara yang menjadi sampel di dalam penelitian ini adalah

seluruh klien Kantor Konsultan Pajak “Sudarno”, artinya populasi sekaligus menjadi sampel (sampel jenuh).

2.2. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penilitan ini adalah : menggunakan analisis regresi linier berganda yang dimana berfungsi untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkaitnya baik secara bersama-sama (simultan) dan secara parsial.

3. HASIL PEMBAHASAN

Tabel 1
Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Std. Error	t hitung	Sign.
Konstanta	40,970	9,342	4,386	0,000
Harga (X ₁)	0,903	0,271	3,334	0,001
Produk (X ₂)	-0,764	0,268	-2,924	0,005
Tempat (X ₃)	0,087	0,217	0,398	0,697
Promosi (X ₄)	0,187	0,218	0,857	0,395
Orang (X ₅)	0,538	0,260	2,073	0,042
Proses (X ₆)	0,994	0,174	5,708	0,000
Bukti Fisik (X ₇)	-0,355	0,171	-2,070	0,042
R	0,717	F hitung	9,835	
R Square	0,514	Probabilitas F	0,000	
Adjusted R ²	0,462			

Variabel Dependen: Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut: Dari persamaan regresi linier berganda di atas, dapat dilihat nilai konstanta sebesar 40,970. Konstanta sebesar 40,970 menyatakan bahwa jika variabel bebas dianggap konstan, maka rata-rata capaian kualitas pelayanan sebesar 40,970 satuan.

Produk menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,903, berarti apabila produk meningkat 1 satuan dengan anggapan faktor lain tetap maka dapat meningkatkan capaian kualitas pelayanan sebesar 0,903 satuan.

Harga menunjukkan nilai koefisien sebesar -,0784, berarti apabila harga meningkat 1 satuan dengan anggapan faktor lain tetap maka dapat menurunkan capaian kualitas pelayanan sebesar -0,784 satuan.

Tempat menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,087, berarti apabila tempat meningkat 1 satuan dengan anggapan faktor lain tetap maka dapat meningkatkan capaian kualitas pelayanan sebesar 0,087 satuan.

Promosi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,187, berarti apabila promosi meningkat 1 satuan dengan anggapan faktor lain tetap maka dapat meningkatkan capaian kualitas pelayanan sebesar 0,187 satuan.

Orang menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,538, berarti apabila orang meningkat 1 satuan dengan anggapan faktor lain tetap maka dapat meningkatkan capaian kualitas pelayanan sebesar 0,538 satuan.

Proses menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,994, berarti apabila proses meningkat 1 satuan dengan anggapan faktor lain tetap maka dapat meningkatkan capaian kualitas pelayanan sebesar 0,994 satuan.

Bukti fisik menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,355, berarti apabila bukti fisik meningkat 1 satuan dengan anggapan faktor lain tetap maka dapat menurunkan capaian kualitas pelayanan sebesar -0,355 satuan.

3.1.Uji t

Uji t (Uji Secara Parsial) digunakan untuk menguji signifikansi variasi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap kinerja pegawai. Uji t digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Untuk membuktikan kebenaran hipotesis digunakan uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi parsial dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada $\alpha = 0,05$. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

Pada produk diperoleh t_{hitung} sebesar 3,334 lebih besar dibandingkan t_{tabel} 1,993 atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001. Ini artinya produk dapat mempengaruhi kualitas pelayanan konsultan pajak “Sudarno” dengan arah pengaruh yang positif dan signifikan. Pada produk diperoleh t_{hitung} sebesar 3,334 lebih besar dibandingkan t_{tabel} 1,993 atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001. Ini artinya produk dapat mempengaruhi kualitas pelayanan konsultan pajak “Sudarno” dengan arah pengaruh yang positif dan signifikan. Pada tempat diperoleh t_{hitung} sebesar 0,398 lebih kecil dibandingkan t_{tabel} 1,993 atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,692. Ini artinya tempat tidak dapat

mempengaruhi kualitas pelayanan konsultan pajak “Sudarno” dengan arah pengaruh yang negatif dan tidak signifikan. Pada promosi diperoleh t_{hitung} sebesar 0,857 lebih kecil dibandingkan t_{tabel} 1,993 atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,395. Ini artinya promosi tidak dapat mempengaruhi kualitas pelayanan konsultan pajak “Sudarno” dengan arah pengaruh yang negatif dan tidak signifikan. Pada orang diperoleh t_{hitung} sebesar 2,073 lebih besar dibandingkan t_{tabel} 1,993 atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,042. Ini artinya orang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan konsultan pajak “Sudarno” dengan arah pengaruh yang positif dan signifikan. Pada proses diperoleh t_{hitung} sebesar 5,708 lebih besar dibandingkan t_{tabel} 1,993 atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Ini artinya produk dapat mempengaruhi kualitas pelayanan konsultan pajak “Sudarno” dengan arah pengaruh yang positif dan signifikan. Pada bukti fisik diperoleh t_{hitung} sebesar -2,070 lebih kecil dibandingkan t_{tabel} 1,993 atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,042. Ini artinya semakin rendah bukti fisik dapat mempengaruhi tingginya kualitas pelayanan konsultan pajak “Sudarno” dengan arah pengaruh yang negatif dan signifikan.

3.2.Uji F

Uji ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel secara simultan dengan ketentuan Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $P_{value} > \alpha$, disebut tidak signifikan karena H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel-variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $P_{value} < \alpha$, disebut signifikan karena H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dari hasil regresi (lampiran 3 :106) dapat diketahui bahwa secara bersama-sama produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal ini dapat diterangkan nilai F_{hitung} sebesar 9,835 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,15 dan besarnya nilai signifikansi 0,000. Karena signifikansi (sig) lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik

secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan konsultan pajak “Sudarno”. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik maka akan semakin meningkat kualitas pelayanan konsultan pajak “Sudarno”.

3.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai *adjusted* R^2 Yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted* R^2 merupakan indikator bertujuan mengetahui pengaruh penambahan suatu variabel independen ke dalam persamaan.

Dari hasil regresi (lampiran 3 :106) dapat diketahui bahwa secara bersama-sama produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal ini dapat diterangkan nilai F_{hitung} sebesar 9,835 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,15 dan besarnya nilai signifikansi 0,000. Karena signifikansi (*sig*) lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan konsultan pajak “Sudarno”. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik maka akan semakin meningkat kualitas pelayanan konsultan pajak “Sudarno”.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan, kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : *Pertama*, produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada KKP “Sudarno” di Pekanbaru. *Kedua*, harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada KKP “Sudarno” di Pekanbaru. *Ketiga*, tempat tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada KKP pajak “Sudarno” di Pekanbaru. Keempat, promosi tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada KKP “Sudarno” di Pekanbaru.

Kelima, Orang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada KKP “Sudarno” di Pekanbaru. *Keenam*, proses memiliki

pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada KKP “Sudarno” di Pekanbaru. *Ketujuh*, bukti fisik memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan pada KKP “Sudarno” di Pekanbaru. *Kedelapan*, di antara variabel-variabel bauran pemasaran jasa yang diteliti dalam penelitian ini, yang dominan mempengaruhi kualitas pelayanan pada KKP “Sudarno” adalah variabel proses. *Kesembilan*, variabel-variabel bauran pemasaran jasa yang diteliti dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel kualitas pelayanan sebesar lebih dari 51% dan selebihnya (49%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arestanti, Arrazaqu, Martana. Herawati, Nurul & Rahmawati, Emi. 2016. Faktor-Faktor Internal Individual Dalam Pembuatan Keputusan Etis : Studi Pada Konsultan Pajak di Kota Surabaya. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, Vol. 17, No. 2, hal : 104-117.
- Bestari, Andrian, Ezra. Anita, Desi. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Furaya Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen*, Vol. 03, No. 4, ISSN. 2302-8049, hal : 311-323.
- Clarissa, Vanya. Mangoting, Yenni. 2013. Pengaruh Kualitas Konsultan Pajak Terhadap Kepuasan Klien di Surabaya. *Tax & Accounting Review*, Vol.3, No.2.
- Gultom, K. Dedek, Ginting, Paham, Sembiring, KF. Beby, 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 14, No. 01, hal :21-33.
- Hartanto, Bobby. Tjondro, Elisa. 2013. Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Atas Pengetahuan Perpajakan, *Super Ego Motives*, Pelayanan Aparat Pajak dan Peran Sebagai Wakil Wajib Pajak Terhadap Permintaan Wajib Pajak Orang Pribadi Atas Jasa Konsultan Pajak di Wilayah KPP Mulyorejo Surabaya. *Tax & Accounting Review*, Vol. 3, No. 2. Hal : 1-14.
- Komardi, Dadi. Nasrul, Ana. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Mawar Indah Desa Sungai Tengah Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak. *Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen*, No. 3, ISSN. 2302-8049, hal : 44-50.

- Manubari, Wiza, Fadheil. Aji, Waskita, Andri. 2014. Analisa Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Persepsi Tentang Konsultan Pajak, dan Persepsi Tentang *Account Representative* Terhadap Minat Dalam Menggunakan Jasa Konsultan Pajak Pada Wajib Pajak Badan di KPP Pratama Bantul. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 2, No. 2, hal : 64-79.
- Novita Anwar, Arfianti. Marjoeliandra, Ardi. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Warga Belajar Dalam Menggunakan Jasa Pelayanan Pendidikan Lembaga Data Potensi Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen*, No. 4, ISSN. 2302-8049, hal : 3-10.
- Pontoh, Imelda, Fransiska. Elim, Inggriani. Budiarmo, S. Novi. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wajib Pajak Menggunakan Jasa Konsultan Pajak. *Jurnal EMBA*, Vol. 5, No. 2, hal : 1226-1237.
- Rahman, Sarli. Jessica. 2014. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penerapan Bauran Pemasaran Jasa di Rumah Makan Serba Sedap Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen*, No. 01, ISSN. 2302-8049, hal : 3-17.
- Sianturi, Ester. Novita Anwar, Arfianti. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pendidikan Terhadap Kepuasan Siswa di Lingkungan Yayasan Pendidikan Beerseba (Studi Kasus Pada SMP Beerseba Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen*, No. 1, ISSN. 2302-8049, hal : 36-48.
- Sudarno. Purwaningsih, Feby. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Pengguna Jasa Pelayanan Kesehatan di Balai Pengobatan Paus Medika. *Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen*, No. 3, ISSN. 2302-8049, hal : 51-64.
- Sugianto, Hadi. 2017. Peran Konsultan Pajak Sebagai Partner Direktorat Jenderal Pajak Dalam Sistem Pemungutan Pajak di Indonesia. www.weloje.id.
- Sumberjaya, Eko. Arisman, Anton. 2017. Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak dan Peran Konsultan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Palembang (Studi Kasus KPP Pratama Palembang Ilir Barat), www.eprints.mdp.ac.id.
- Supeno, Hardi. 2011. Dampak Kesesuaian Persepsi Klien Terhadap Jasa Pelayanan Konsultan Pajak Pengaruhnya terhadap Kinerja Konsultan Pajak. *Media Mahardika*, Vol. 10, No. 1, hal : 22-40.