

## Dinamika *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Diovanry Tirtana<sup>1\*</sup>, Bambang Guritno<sup>2</sup>, Anis Turmudhi<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin, Semarang, Jl. Gedong Songo Raya No.12, Manyaran, Kec. Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

<sup>2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Semarang, Jl. Lamongan Tengah No.2, Bendan Ngisor, Kec. Gajahmungkur, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

E-mail: [diovanry@stietotalwin.ac.id](mailto:diovanry@stietotalwin.ac.id)

\* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2770>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 14 Sept 2025

Revised: 20 Sept 2025

Accepted: 26 Sept 2025

#### Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan,  
*Servicescape*, Kepuasan  
 Wajib Pajak.

#### Keywords:

*Service Quality*,  
*Servicescape*, *Taxpayer*  
*Satisfaction*.



### ABSTRACT

Dinamika *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wajib Pajak adalah subjek penelitian ini. Penelitian jenis ini adalah kuantitatif. Fokus penelitian ini adalah Wajib Pajak yang membayar pajak di Kantor Induk Samsat Kota Semarang II periode tanggal 11 sampai dengan 16 Agustus 2025 (6 hari kerja) dan Sampel penelitian ini terdiri dari 267 orang yang menjawab, menurut rumus Slovin dengan *Margin of Error* sebesar 5 %. Penelitian ini menggunakan metode sampel acak sederhana dan menggunakan kuesioner dengan Skala Likert 1-10. Hasil penelitian adalah bahwa *Servicescape* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak. Artinya bahwa Kualitas Pelayanan harus dibangun untuk dapat meningkatkan kepuasan bagi Wajib Pajak karena akan menimbulkan rasa senang, dan *Servicescape* yang baik dirasakan oleh Wajib Pajak akan dapat meningkatkan Kepuasan Wajib Pajak karena merasakan lingkungan yang nyaman.

*Servicescape Dynamics and Service Quality on Taxpayer Satisfaction is the subject of this study. This type of research is quantitative. The focus of this study is Taxpayer which paid taxes at Samsat Kota Semarang II period 11 until 16 August 2025 (6 workday) and the sample of this study consisted of 267 people who responded, according to the Slovin formula with Margin of Error 5 %. This study used a simple random sampling method and questionnaire with Likert Scale 1-10. The research findings is that servicescape has a significant positive influence on Taxpayer satisfaction and service quality has a significant positive influence on Taxpayer satisfaction. This means that the Quality of Service must be built to be able to increase satisfaction for Taxpayers because it will create a sense of pleasure, and a good Servicescape felt by Taxpayers will be able to increase Taxpayer Satisfaction because they feel a comfortable environment.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Diovanry Tirtana (2025). Dinamika *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak, 4(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2770>

### PENDAHULUAN

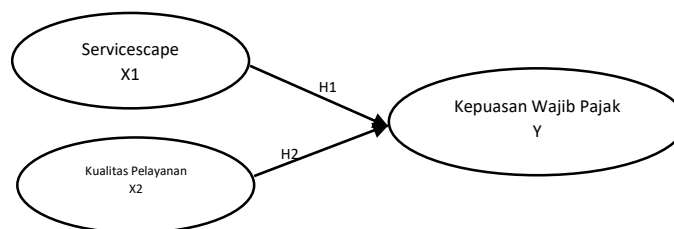
Kepuasan Wajib Pajak merupakan faktor yang sangat penting yang bisa menentukan apakah nantinya Wajib Pajak akan ingin kembali menggunakan jasa yang ditawarkan (repeat user). Teori disonansi kognitif membahas mengenai perasaan ketidaknyamanan seseorang yang diakibatkan oleh sikap, pemikiran, dan perilaku yang tidak konsisten dan memotivasi seseorang untuk mengambil langkah demi mengurangi ketidaknyamanan tersebut (Sarwono, Sarlito W, 2012). Ismail. T, dan Yusuf. R, 2021, mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan yakni perasaan kecewa serta senang setiap individu dalam perumpamaan antara kesan yang diberikan konsumen tentang tingkatan kinerja produk dan jasa riil atau nyata dengan kinerja sesuai ekspektasi, dengan indikator : *Re-Purchase*, *Word of Mouth*,

Menciptakan Citra Merek, Menciptakan Keputusan Pembelian produk lain di tempat yang sama, Tjiptono, dalam (Saputra.S, dan Sudarsa, RY, 2019)

*Servicescape* adalah sarana penyampaian layanan dari produk atau jasa melalui lingkungan layanan yang dirasakan oleh pelanggan (Andhika. S, dan Ferdinand. A, 2019) dan merupakan lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen berwujud yang memfasilitasi penampilan atau komunikasi dari jasa (Indah. DR,dkk, 2018). Menurut Bitner dalam (Andhika. S, dan Ferdinand. A, 2019) *Servicescape* merupakan lingkungan yang diciptakan, buatan manusia, lingkungan fisik jasa dan bentuk komunikasi berwujud lainnya, yaitu (1) *ambient conditions* (karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan ke lima panca indera), (2) *spatial layout and functionality* (denah ruangan, ukuran dan bentuk dari perlengkapan perabot, meja-meja, mesin dan peralatan), (3) *signs, symbol and artifacts* (tanda-tanda atau symbol juga bentuk bangunan). Indah. DR,dkk, 2018, mengemukakan bahwa *Servicescape* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di D'Barista Coffee, kemudian Tatangin. EA, dkk, 2017 menyimpulkan bahwa *Servicescape* berpengaruh negatif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Mie Medan 99 Manado.

Menurut Kotler dalam (Andhika. S, dan Ferdinand. A, 2019), definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas Layanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Tjiptono dalam (Ismail. T, dan Yusuf. R, 2021), aspeknya adalah : *Assurance, Reliability, Empathy, Responsiveness, dan Tangible*. Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank BJB KCP Kiaracondong Bandung Nursalehah. R dkk, 2021) kemudian Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bukit Serelo Lahat (Kasinem, 2021)

Kualitas Pelayanan adalah kelebihan sebuah perusahaan yang diinginkan dan diandalkan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen agar memenuhi keinginannya (Nursalehah. R dkk, 2021). Apakah *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Wajib Pajak secara parsial di Samsat Kota Semarang II ?



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang dan teori, maka hipotesis penelitian adalah :

H1 : *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak

H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wajib Pajak

## **METODE**

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan menguji Pengaruh Variabel *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wajib Pajak pada layanan yang tersedia di Kantor Samsat Semarang II yang beralamat di Jl. Setiabudi 110 Semarang, Jawa Tengah pada kurun waktu 6 Hari kerja pada tanggal 11 – 16 Agustus 2025. Jenis layanan tersebut tidak dibedakan menurut masing-masing prosesnya karena pengambilan sampel secara acak untuk seluruh proses kesamsatan.

Data Primer menggunakan kuesioner secara manual dengan populasi adalah wajib pajak yang melaksanakan proses administrasi di samsat sejumlah 798 wajib pajak pengguna layanan Kantor Samsat Induk selama kurun waktu yang telah ditentukan oleh penulis, dengan asumsi bahwa setelah berakhirnya Program Pemutihan Tunggal Pajak Kendaraan Bermotor pada tanggal 30 Juni 2025 maka pada bulan Agustus merupakan waktu yang tepat untuk pengambilan data sekunder penelitian dengan alasan obyektivitas wajib pajak murni yang tidak ikut serta dalam program tersebut.

Berdasarkan penghitungan manual *probability sampling* menggunakan metode *Simple Random*

*Sampling.* Penghitungan Sampel menggunakan Rumus Slovin dengan *Margin of Error* sebesar 5 % maka didapat jumlah responden sebesar 267 dengan kriteria laki-laki 149 responden (55,8%) dan perempuan 188 responden (44,2%), kemudian Metode Pengukuran menggunakan Skor pada Skala Likert 1 – 10 dengan olah data menggunakan SPSS ver.20.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 1.** Deskripsi Variabel Kepuasan Wajib Pajak

		Indikator				
		Y1	Y2	Y3	Y4	
1	F	0	0	0	0	Rata-Rata Hasil
	Fxs	0	0	0	0	
2	F	5	7	5	4	
	Fxs	10	14	10	8	
3	F	16	12	22	16	
	Fxs	48	36	66	48	
4	F	40	39	41	30	
	Fxs	160	156	164	120	
5	F	28	27	19	31	
	Fxs	140	135	95	155	
6	F	38	50	44	31	
	Fxs	228	300	264	186	
7	F	32	30	41	26	
	Fxs	224	210	287	182	
8	F	52	49	57	78	
	Fxs	416	392	456	624	
9	F	33	25	25	33	
	Fxs	297	225	225	297	
10	F	23	28	13	18	
	Fxs	230	280	130	180	
Rata-rata Skor		6,57	6,55	6,36	6,74	6,55
Hasil		Tinggi	Tinggi	Cukup	Tinggi	Tinggi

Dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden mengenai indikator-indikator variabel Kepuasan Wajib Pajak sebesar 6,55, hal ini menunjukkan rata-rata jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel Kepuasan Wajib Pajak adalah pada rentang skala yang tinggi

**Tabel 2.** Deskripsi Vairabel Servicescape

		Indikator			
		X3.1	X3.2	X3.3	
1	F	0	0	0	Rata-Rata Hasil
	Fxs	0	0	0	
2	F	8	3	8	
	Fxs	16	6	16	
3	F	9	7	9	
	Fxs	27	21	27	
4	F	10	12	10	
	Fxs	40	48	40	
5	F	20	38	18	
	Fxs	100	190	90	
6	F	40	47	56	
	Fxs	240	282	336	
7	F	55	49	59	
	Fxs	385	343	413	

8	F	76	57	71	
	Fxs	608	456	568	
9	F	31	27	26	
	Fxs	279	243	234	
10	F	18	27	10	
	Fxs	180	270	100	
Rata-rata Skor		7,02	6,96	6,83	6,94
Hasil		Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden mengenai indikator-indikator variabel Lingkungan (Servicescape) sebesar 6,94, hal ini menunjukkan rata-rata jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel Lingkungan (Servicescape) adalah pada rentang sekala yang tinggi.

**Tabel 3.** Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

		Indikator						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		
Sekor	1	F	0	0	0	1	1	Rata-Rata Hasil
		Fxs	0	0	0	1	1	
	2	F	5	1	5	4	4	
		Fxs	10	2	10	8	8	
	3	F	17	16	10	25	19	
		Fxs	51	48	30	75	57	
	4	F	40	41	35	33	38	
		Fxs	160	164	140	132	152	
	5	F	33	18	38	24	32	
		Fxs	165	90	190	120	160	
	6	F	35	41	38	41	53	
		Fxs	210	246	228	246	318	
	7	F	36	39	33	30	37	
		Fxs	252	273	231	210	259	
	8	F	64	72	48	67	44	
		Fxs	512	576	384	536	352	
	9	F	19	25	25	25	13	
		Fxs	171	225	225	225	117	
	10	F	18	14	35	17	26	
		Fxs	180	140	350	170	260	
Rata-rata Skor		6,41	6,61	6,70	6,45	6,31	6,49	
Hasil		Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Cukup	Tinggi	

Dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden mengenai indikator-indikator variabel Kualitas Pelayanan sebesar 6,49, hal ini menunjukkan rata-rata jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel Kualitas Pelayanan adalah pada rentang sekala yang tinggi.

**Tabel 4.** Uji Validitas

Indikator	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	r-Tabel	Keterangan
Y1	19,6442	29,275	0,851	0,828	0,120	Valid
Y2	19,6629	33,149	0,648	0,905	0,120	Valid
Y3	19,8539	30,185	0,852	0,830	0,120	Valid
Y4	19,4682	32,588	0,715	0,880	0,120	Valid
X1.1	13,7940	9,999	0,828	0,706	0,120	Valid
X1.2	13,8539	12,103	0,598	0,922	0,120	Valid
X1.3	13,9850	10,970	0,783	0,754	0,120	Valid
X2.1	26,0637	49,586	0,736	0,866	0,120	Valid

X2.2	25,8652	49,952	0,775	0,858	0,120	Valid
X2.3	25,7753	48,130	0,754	0,862	0,120	Valid
X2.4	26,0187	49,357	0,712	0,872	0,120	Valid
X2.5	26,1648	50,319	0,692	0,876	0,120	Valid

Berdasarkan tabel uji validitas bahwa hasil uji validitas membuktikan seluruh butir-butir pertanyaan mempunyai nilai korelasi antar skor (Corrected Item-Total Correlation) lebih besar dari nilai r-tabel, maka data atas pertanyaan butir-butir kuisioner dianggap valid.

**Tabel 5.** Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Kepuasan Konsumen	0,893
Servicescape	0,858
Kualitas Pelayanan	0,890

Berdasarkan tabel uji reliabilitas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha diatas 0,70. Dengan demikian maka hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

**Tabel 6.** Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Servicescape	,706	1,416
Kualitas Pelayanan	,416	2,403

a. Dependent Variable : Kepuasan Wajib Pajak

Dari tabel uji multikolonieritas diketahui Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10, maka model regresi tidak terjadi problem multikolonieritas.

**Tabel 7.** Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,317	,187		1,696	,091
Servicescape	-,020	,029	-,049	-,688	,492
Kualitas Pelayanan	,052	,034	,141	1,510	,132

a. Dependent Variable : Kepuasan Wajib Pajak

Dari tabel uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikasi seluruh variabel lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

**Tabel 8.** Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,169	,307		,549	,583
1 Servicescape	,147	,047	,129	3,143	,002
Kualitas Pelayanan	,679	,056	,643	12,031	,000

a. Dependent Variable : Kepuasan Wajib Pajak

Dari hasil uji analisis regresi linier berganda diketahui makna dari persamaan regresi sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 0,169 dan bernilai positif, yaitu jika nilai nilai *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan sama dengan nol, maka nilai Kepuasan Wajib Pajak sama dengan 0,169.
2. Nilai koefisien *servicescape* sebesar 0,147 dan bernilai positif, yaitu *servicescape* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wajib Pajak. Sehingga semakin baik *servicescape*, maka Kepuasan Wajib Pajak juga akan semakin baik.
3. Nilai koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,679 dan bernilai positif, yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wajib Pajak. Sehingga semakin baik Kualitas Pelayanan, maka Kepuasan Wajib Pajak juga akan semakin baik.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian secara kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 267 obyek yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2025 pada seluruh loket pelayanan Kantor Induk Samsat Kota Semarang II Jalan Setiabudi Nomor 110 Semarang, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Wajib Pajak.

Kesimpulan tersebut memiliki implikasi manajerial bahwa *Servicescape* yang dirasakan oleh pengguna layanan / Wajib Pajak akan meningkatkan Kepuasan Wajib Pajak yang disebabkan karena faktor kenyamanan lingkungan dapat dinikmati secara langsung oleh Wajib Pajak yang datang ke Samsat Kota Semarang II, kemudian Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan Kepuasan Wajib Pajak karena pelayanan yang berkualitas akan memberikan implikasi rasa senang yang dirasakan oleh pengguna layanan dan pada akhirnya menimbulkan kesan untuk mengunjungi kembali pada kesempatan berikutnya sehingga tercipta *Word of Mouth* yang positif kepada pengguna lainnya.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan syukur kehadirat Allah Subhana Wata'ala dalam penyusunan artikel ini, semua tidak akan terjadi tanpa Qada dan Qadar-Nya dan Shalawat serta Salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Salallahu Alaihi Wassalam karena beliau adalah yang telah menunjukkan hidayah Allah Subhana Wata'ala agar Safaat tercurah bagi seluruh umatnya. Terimakasih pula kami ucapkan untuk keluarga yang selalu mendukung dalam penyusunan artikel ini beserta Pimpinan BAPENDA Provinsi Jawa Tengah dan Pimpinan Kantor Samsat Kota Semarang II beserta jajaran.

### **REFERENSI**

- Andhika. S, dan Ferdinand. A. (2019). Analisis Pengaruh Lingkungan Jasa (*Servicescape*) Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Nilai Pengalaman dan Koneksi Merek Diri Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Lawang Sewu Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, Diponegoro Journal Of Management, Volume 8, Nomor 4, Tahun 2019, ISSN (Online): 2337-3792.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang.: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indah. DR,dkk. (2018). Pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di D'Barista Coffee Langsa, . *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, VOL.2, NO. 2 DESEMBER 2018.
- Ismail. T, dan Yusuf. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung,. *JIMEA, Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 5 No. 3, 2021, P-ISSN; 2541-5255 E-ISSN: 2621-5306.
- Khairusy. M.A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderating (Survey pada Konsumen PT. Astra Internasional Daihatsu Sales Operation Cabang Pondok Pinang),. *Journal of Indonesian Public Administration*, Journal of Indonesian Public Administration and Governance Studies (JIPAGS), p-issn : 2549-0435 e-issn: 2549-1431.
- Napitupulu. H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Poespa Salon & Spa Bekasi Barat,. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, , Volume 20, No.2, Mei-Agustus 2019, e-ISSN: 2656-3169, p- ISSN: 0853-5248.

- Nursalehah. R dkk, (. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BJB KCP Kiaracondong Bandung. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 5 No. 2, 2021, P-ISSN; 2541-5255 E-ISSN: 2621-5306.
- Sakti. AP, dkk. (2021). Pengaruh Service Excellence, Servicescape, dan Handling Complaint terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, Vol. 2 No. 1, 2021, E-ISSN 2745-7524.
- Saputra.S, dan Sudarsa, RY. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Volume 9, Nomor 2, September 2019, ISSN: 2087-3077.
- Sari. RM, dan Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* , Vol. 5 No. 3, 2021, P-ISSN; 2541-5255 E-ISSN: 2621-5306.
- Sarwono,Sarlito W. (2012). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sintya. LI, dkk. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. *Jurnal EMBA*,, Vol.6 No.3 Juli 2018, Hal. 1778 – 1787, ISSN 2303-1174.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti. N & Syahrin. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang), . *Jurnal Ilmiah FEASIBLE: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, Vol. 1, No. 1, Februari 2019: 55 – 62.
- Tatangin. EA, dkk. (2017). Pengaruh Servicescape dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mie Medan 99 Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 811 – 820, ISSN 2303-1174.