

ABSTRAK

PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPERCAYAAN PUBLIK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI TERHADAP LOYALITAS WAJIB PAJAK DI KABUPATEN TANGGAMUS PROVINSI LAMPUNG

Oleh

ALVINDRA

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sosialisasi pajak dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas wajib pajak dengan kepercayaan publik sebagai variabel mediasi pada pengelolaan pajak daerah di Kabupaten Tanggamus. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peningkatan loyalitas wajib pajak sebagai fondasi keberlanjutan fiskal daerah, terutama pada daerah yang masih menghadapi keterbatasan kapasitas Pendapatan Asli Daerah dan membutuhkan penguatan kepatuhan pajak secara berkelanjutan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Data diperoleh melalui survei terhadap wajib pajak daerah dan dianalisis menggunakan SmartPLS melalui pengujian model pengukuran, model struktural, serta uji bootstrapping untuk menguji signifikansi hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wajib pajak ($\beta = 0,649$; $p < 0,001$) dan terhadap kepercayaan publik ($\beta = 0,646$; $p < 0,001$). Kepercayaan publik juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wajib pajak ($\beta = 0,246$; $p = 0,006$). Sementara itu, sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan publik ($\beta = 0,210$; $p = 0,043$), tetapi tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap loyalitas wajib pajak ($\beta = 0,070$; $p = 0,191$). Temuan ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak lebih efektif dalam meningkatkan loyalitas wajib pajak apabila bekerja melalui penguatan kepercayaan publik. Kebaruan penelitian ini terletak pada perumusan Model INDRA, yaitu model sosialisasi pajak daerah berbasis kepercayaan publik yang terdiri dari lima unsur utama: Informasi, Nilai Manfaat, Data Terbuka, Respons Aduan, dan Akuntabilitas. Model ini menempatkan sosialisasi pajak bukan sekadar sebagai kegiatan penyampaian informasi administratif, tetapi sebagai mekanisme untuk membangun kepercayaan masyarakat melalui keterbukaan manfaat pajak, peningkatan kualitas pelayanan, mekanisme pengaduan, dan pertanggungjawaban pengelolaan pajak daerah. Penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan loyalitas wajib pajak memerlukan strategi terpadu yang menghubungkan pelayanan pajak, transparansi pemanfaatan pajak, dan kepercayaan publik guna mendukung tata kelola fiskal daerah yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Publik, Loyalitas Wajib Pajak, Sem-Pls, Pajak Daerah.

ABSTRACT

THE EFFECT OF TAX SOCIALIZATION AND SERVICE QUALITY ON TAXPAYER LOYALTY WITH PUBLIC TRUST AS A MEDIATING VARIABLE: EVIDENCE FROM TANGGAMUS REGENCY, LAMPUNG PROVINCE

By

ALVINDRA

This study aims to analyze the effect of tax socialization and service quality on taxpayer loyalty, with public trust as a mediating variable in local tax administration in Tanggamus Regency. The study is grounded in the argument that regional fiscal sustainability is not determined solely by regulations and tax collection administration, but also by the quality of the relationship between local government and citizens. In a region whose fiscal capacity still needs strengthening, taxpayer loyalty becomes an important foundation for optimizing local revenue. This study applies a quantitative approach using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Data were collected through a survey of local taxpayers and analyzed using SmartPLS through measurement model testing, structural model testing, and bootstrapping. The results show that service quality has a significant effect on taxpayer loyalty ($\beta = 0.649$; $p < 0.001$) and public trust ($\beta = 0.646$; $p < 0.001$). Public trust also has a significant effect on taxpayer loyalty ($\beta = 0.246$; $p = 0.006$). Tax socialization significantly affects public trust ($\beta = 0.210$; $p = 0.043$), but does not have a significant direct effect on taxpayer loyalty ($\beta = 0.070$; $p = 0.191$). These findings indicate that tax socialization is more effective in shaping loyalty when it works through strengthening public trust. The novelty of this study is the formulation of the INDRA Model, a local tax socialization model based on Information, Value of Benefits, Open Data, Complaint Response, and Accountability. This model positions tax socialization as a relational instrument for building trust, transparency, and sustainable taxpayer loyalty.

Keywords: Taxpayer Payment Loyalty; Public Trust; Service Quality; Tax Socialization; Mediation.