

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Klien Terhadap Loyalitas Klien

Ni Gusti Ayu Made Krisnayanti<sup>(1)</sup>  
I Gede Putu Kawiana<sup>(2)</sup>

<sup>(1)(2)</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia  
email: krisnayanti750@gmail.com

Diterima: 1 September 2022	Direvisi: 4 September 2022	Disetujui: 6 September 2022
----------------------------	----------------------------	-----------------------------

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of service quality and client satisfaction on client loyalty in depositing SPT Masa in CV. Central Karya Prima Denpasar. The population in this study was clients in CV. Central Karya Prima from 2018 which numbered 53 people. The sampling technique used is a saturated sample. Data analysis using path analysis. The results of the analysis show that service quality has a positive and significant effect on client satisfaction, service quality has a positive and significant effect on client loyalty, client satisfaction variable has a positive and significant effect on client loyalty, client satisfaction can be the relationship between service quality and client loyalty in depositing SPT Masa in CV. Central Karya Prima Denpasar.*

**Keywords:** *Service Quality, Client Satisfaction, Client Loyalty*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan klien terhadap loyalitas klien dalam menyetorkan SPT Masa di CV. Central Karya Prima Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah klien yang ada di CV. Central Karya Prima dari tahun 2018 yang jumlahnya 53 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. Analisis data dengan menggunakan analisis *path*. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas klien, variabel kepuasan klien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas klien, kepuasan klien dapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas klien dalam menyetorkan SPT Masa di CV. Central Karya Prima Denpasar.

**Kata Kunci:** **Kualitas Pelayanan, Kepuasan Klien, Loyalitas Klien**

## Pendahuluan

Menurut (Saifi, 2014) menjelaskan bahwa “pajak sebagai pendapatan utama Negara digunakan untuk menunjang berbagai bidang kehidupan bangsa mulai dari bidang kesehatan, pendidikan, industri, perdagangan dan pertanian”. Menurut (Mardiasmo, 2011) SPT Masa adalah “surat yang oleh wajib pajak digunakan untuk melaporkan perhitungan dan/atau pembayaran pajak yang terutang dalam suatu masa pajak”. Menurut (Kusnandar, 2019) “Jumlah wajib pajak pada tahun 2019 berdasarkan Nota Keuangan dan RAPBN 2020 adalah 42 juta yang terdiri dari 38,7 juta wajib pajak pribadi dan sisanya 3,3 juta jiwa adalah wajib pajak badan, dan

---

berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa perbandingan jumlah penduduk dengan jumlah wajib pajak di Indonesia masih belum ideal”.

Menurut (Budiyanti, 2019) dalam penelitiannya menjelaskan “Kepala Kanwil DJP Bali Goro Ekanto mengungkapkan dari segi kepatuhan penyampaian SPT Tahunan di Bali telah mencapai 308.776 SPT atau 95% dari target rasio sebanyak 323.635 WP”. Menurut (Rhismawati, 2020), “perkembangan pelaporan pajak di Bali menurut Goro Ekanto hingga 31 Maret 2020 menunjukkan bahwa realisasi pelaporan PPh orang pribadi ternyata mengalami penurunan sebesar 17,8% dibandingkan periode yang sama pada tahun 2018”. Menurut (Prabandaru, 2019) “wajib pajak yang memiliki kesibukan dan kesulitan baik dalam pembayaran, perhitungan ataupun pelaporan pajak kini dapat meminta bantuan jasa konsultan pajak. Keputusan ini merupakan bagian dari *self assessment* agar klien yaitu wajib pajak itu sendiri dapat memenuhi kewajiban pajak secara tepat”.

CV. Central Karya Prima adalah salah satu perusahaan jasa di bidang perpajakan yang berlokasi di Denpasar. Berdasarkan studi pendahuluan di CV. Central Karya Prima, terdapat 53 klien yang rutin melakukan penyetoran SPT masa setiap bulan selama tahun 2020. Berdasarkan data yang didapat bahwa dari total 53 klien, rata-rata jumlah klien yang tepat waktu melakukan penyetoran SPT masa selama tahun 2020 hanya sebesar 34,75%. Jumlah klien yang tepat waktu dalam menyetorkan SPT masa tiap bulannya selalu berubah-ubah yang berarti tingkat loyalitasnya masih rendah.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, kualitas pelayanan di CV. Central Karya Prima ditinjau dari segi fisik bangunan terlihat tidak banyak perubahan dari 3 tahun sebelumnya, dimana bangunan terlihat kurang menarik, kurang tertata rapi dan sering para klien merasa kepanasan berada di dalam ruangan karena tidak tersedia AC atau pendingin ruangan. Ditinjau dari segi *empathy* menurut pengamatan peneliti secara langsung, staf CV. Central Karya Prima terlihat kurang antusias melayani para klien yang banyak pertanyaan seputar permasalahan yang sama terutama permasalahan keterlambatan penyetoran SPT masa akibat penghasilan yang menurun selama pandemi Covid-19.

Loyalitas menurut (Utamaningsih, 2010) adalah “bentuk kesukaan dan kecintaan klien terhadap suatu barang ataupun jasa yang dicerminkan dengan berbagai bentuk pernyataan positif dari klien”. Menurut (Febriani & Rahayu, 2020) menyatakan bahwa “loyalitas wajib pajak memiliki pengertian yang sama dengan kepatuhan wajib pajak”. Menurut (Sefnedi, 2013) Loyalitas klien sebagai wajib pajak adalah “keputusan klien untuk terus membayar pajak secara berulang-ulang dalam jangka panjang dan dengan suka rela merekomendasikan kewajiban membayar pajak tersebut kepada orang lain”.

---

Menurut (Febriani & Rahayu, 2020) kepuasan adalah “suatu bentuk perasaan yang timbul sebagai hasil dari membandingkan harapan dengan kenyataan yang diterima dari suatu produk atau jasa”. Pendapat yang sama diungkapkan oleh (Darmawanto, 2015) bahwa “kepuasan klien dalam hal ini sebagai wajib pajak adalah respon klien terhadap kinerja, jasa atau produk yang diberikan dibandingkan dengan harapan klien”. Menurut (Amrullah, 2011) berpendapat bahwa “kepuasan adalah persepsi klien terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan pelayanan aktual yang diterima”.

Menurut (Farah, 2019) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan merupakan ukuran baik buruknya layanan yang diberikan agar mampu menyesuaikan dengan harapan pelanggan, jadi kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian pelayanan”. Pendapat yang sama diungkapkan oleh (Ester, 2017) bahwa “kualitas pelayanan diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan atau kebutuhan pelanggan, pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk atau jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan”.

H1 : Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas klien dalam menyetorkan SPT Masa di CV. Central Karya Prima Denpasar.

H2 : Kepuasan klien secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas klien dalam menyetorkan SPT Masa di CV. Central Karya Prima Denpasar.

H3 : Kualitas pelayanan dan kepuasan klien secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas klien dalam menyetorkan SPT Masa di CV. Central Karya Prima Denpasar.

H4 : Kepuasan klien dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas klien dalam menyetorkan SPT Masa di CV. Central Karya Prima Denpasar.

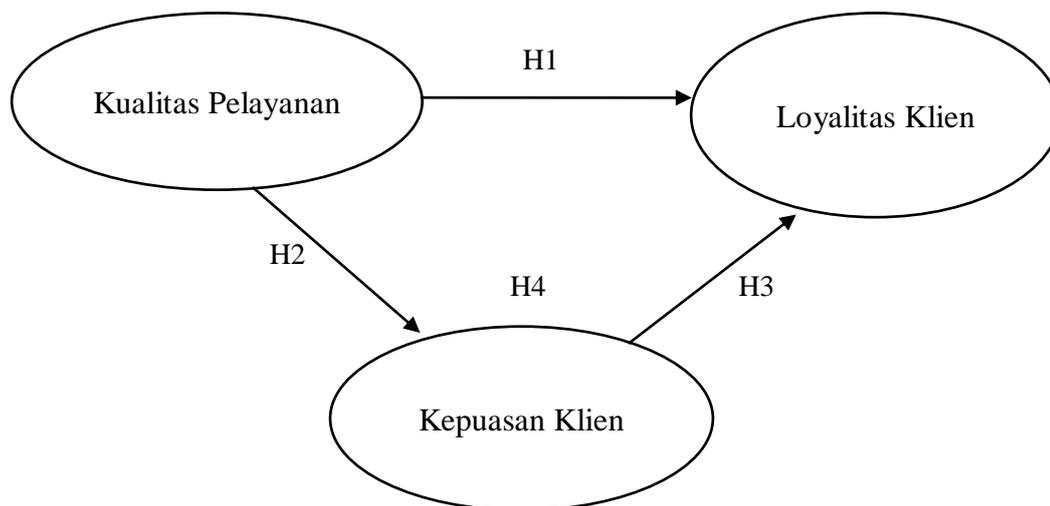
### **Metode Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berbentuk deskriptif, dimana dalam penelitian ini dilakukan pengamatan pada beberapa variabel untuk menggambarkan sesuatu dari variabel yang diteliti secara khusus. Lokasi penelitian dilakukan pada CV. Central Karya Prima yang berlokasi di Jl. Bung Tomo IV No. 26 – Denpasar. Variabel penelitian dibedakan menjadi variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X), variabel mediasi yaitu kepuasan klien (M), dan variabel terikat yaitu loyalitas klien (Y).

Menurut (Sugiyono, 2017) “populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini

seluruh klien yang ada di CV. Central Karya Prima dari tahun 2018 yang jumlahnya 53 orang. Menurut (Ghozali, 2016) sampel adalah “suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi”. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh, sehingga seluruh populasi dijadikan sampel yaitu sebanyak 53 orang klien.

Menurut (Arikunto, 2016) teknik pengumpulan data adalah “cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya”. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuisioner. Untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel yang diukur maka digunakan Skala Likert dengan lima pilihan jawaban yang terdiri atas Jawaban sangat setuju diberi skor 5, jawaban setuju diberi skor 4, jawaban kurang setuju diberi skor 3, jawaban tidak setuju diberi skor 2, dan jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1. Untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan (H1, H2, H3, dan H4) digunakan analisis jalur (*path analysis*).



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Uji Instrumen Penelitian

Pengujian validitas dan reliabilitas masing-masing indikator variabel kualitas pelayanan, kepuasan klien, dan loyalitas klien sebagai instrumen diperoleh dari jawaban kuesioner sangatlah penting dilakukan untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan reliabel. Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan terhadap instrumen penelitian dengan bantuan program SPSS dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Item Pernyataan	Validitas		Reliabilitas	
			<i>Pearson Correlation</i>	Ket.	<i>Alpha Cronbach</i>	Ket.
1	Kualitas pelayanan (X)	X.1	0,866	Valid	0,972	Reliabel
		X.2	0,930	Valid		
		X.3	0,866	Valid		
		X.4	0,910	Valid		
		X.5	0,888	Valid		
		X.6	0,899	Valid		
		X.7	0,874	Valid		
		X.8	0,902	Valid		
		X.9	0,888	Valid		
		X.10	0,924	Valid		
2	Kepuasan klien (M)	M.1	0,888	Valid	0,933	Reliabel
		M.2	0,897	Valid		
		M.3	0,900	Valid		
		M.4	0,899	Valid		
		M.5	0,857	Valid		
3	Loyalitas klien (Y)	Y.1	0,865	Valid	0,940	Reliabel
		Y.2	0,871	Valid		
		Y.3	0,857	Valid		
		Y.4	0,817	Valid		
		Y.5	0,803	Valid		
		Y.6	0,789	Valid		
		Y.7	0,851	Valid		
		Y.8	0,862	Valid		

Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 1 di atas, maka semua variabel memiliki nilai koefisien korelasi berada di atas 0,3 dan nilai koefisien *alpha cronbach* berada di atas 0,6 dengan demikian semua instrumen tersebut adalah valid dan reliabel, sehingga layak dijadikan instrumen penelitian.

Di dalam analisis jalur, pengaruh langsung dinyatakan dengan koefisien  $\rho_i$ , sedangkan pengaruh tidak langsung dan pengaruh total dapat dihitung dengan membuat perhitungan tersendiri. Untuk pendugaan parameter dilakukan dengan analisis regresi melalui SPSS 22.0 diperoleh hasil sebagai berikut. Dari hasil pengujian hipotesis pada data diperoleh hasil sebagai berikut.

$$\text{Substruktur 1: } M = \beta_1 X + e$$

Dari hasil perhitungan pada pengujian data diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 2. Coefficients Substruktur 1 (Model 1)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.346	2.243		4.613	.000
	X	.233	.055	.510	4.235	.000

a. Dependent Variable: M

Sumber: data diolah (2021)

$$\text{Sub Struktur 2: } Y = \beta_1 X + \beta_2 M + e$$

Dari hasil perhitungan pada pengujian data menggunakan substruktur 2 diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 3. Coefficients Substruktur 2 (Model 2)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.871	3.019		2.607	.012
	X	.146	.072	.220	2.015	.049
	M	.887	.158	.612	5.604	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan perhitungan terhadap substruktur 1, dan 2, maka dapat diketahui besarnya pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total antar variabel. Perhitungan pengaruh antar variabel adalah sebagai berikut.

**Tabel 4. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Klien dan Loyalitas Klien**

Variabel		Pengaruh langsung	Pengaruh Tidak Langsung melalui Kepuasan Klien	Pengaruh Total
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Klien	0,233		0,233
Kepuasan Klien	Loyalitas Klien	0,887		0,887
Kualitas Pelayanan	Loyalitas klien	0,146	0,207	0,353

Sumber: data diolah (2021)

#### Pemeriksaan Validasi Model

Hasil koefisien determinasi total :

$$R^2_m = 1 - (1-0,260)(1-0,560)$$

$$R^2_m = 1 - 0,326$$

$$R^2_m = 0,674$$

Artinya keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model adalah sebesar 67,4% atau dengan kata lain informasi yang terkandung dalam data sebesar 67,4% dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya yaitu 32,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini dan error.

Untuk menguji variabel mediator yang memediasi hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas dapat dilakukan dengan membandingkan Z hitung (1,790) dengan Z tabel (1,675).

---

Mengingat  $Z$  hitung (1,790) >  $Z$  tabel (1,675), maka disimpulkan bahwa kepuasan klien dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas klien.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Klien**

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh nilai korelasi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan klien adalah sebesar 0,233 dengan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien pada CV. Central Karya Prima. Pelanggan atau dalam hal ini klien merupakan aset berharga yang harus terus kita pelihara dan kembangkan, karena tanpa adanya seorang klien maka setiap usaha apapun tidak akan dapat berkembang. Oleh karena itu harus dilakukan sebuah inovasi dalam mempertahankan klien seperti dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang prima, sehingga ketika hal tersebut sudah diberikan maka klien akan merasa terpuaskan, artinya semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat pula kepuasan klien kepada CV. Central Karya Prima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Febriani & Rahayu, 2020) yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak”.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Klien**

Berdasarkan hasil uji empiric diperoleh nilai korelasi variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas klien adalah sebesar 0,146 dengan taraf signifikansi sebesar  $0,049 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas klien pada CV. Central Karya Prima. Loyalitas klien juga merupakan salah satu faktor penting yang tidak bisa diabaikan oleh perusahaan. Klien yang loyal akan mendatangkan keuntungan yang berlipat ganda bagi perusahaan, oleh karena itu loyalitas klien sangat perlu dipelihara dan ditumbuhkembangkan. Loyalitas klien dapat tercapai dengan beberapa cara, salah satunya yaitu kualitas pelayanan yang prima. Dengan kualitas pelayanan yang prima maka loyalitas klien akan semakin baik atau semakin meningkat. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sefnedi, 2013) yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wajib pajak”.

### **Pengaruh Kepuasan Klien Terhadap Loyalitas Klien**

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh nilai korelasi variabel kepuasan klien terhadap loyalitas klien adalah sebesar 0,887 dengan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, yang berarti bahwa kepuasan klien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas klien pada CV. Central Karya Prima. Kepuasan klien juga merupakan menjadi faktor penting didalam mencapai loyalitas klien terhadap perusahaan. Klien yang sudah

---

merasakan kepuasan atas layanan atau jasa yang telah diterima hampir 100 persen bisa dipastikan akan menjadi loyal terhadap perusahaan karena jika seseorang sudah merasa puas maka mereka akan menggunakan produk atau jasa tersebut berulang-ulang kali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kepuasan klien maka semakin tinggi pula loyalitas klien pada CV. Central Karya Prima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setiono, 2007) yang menyatakan bahwa “kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen”.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Klien Melalui Mediasi Kepuasan Klien**

Berdasarkan hasil perhitungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas klien yang dimediasi oleh kepuasan klien telah diperoleh nilai Z hitung yaitu  $1,790 >$  nilai Z tabel yaitu  $1,675$  dengan demikian kepuasan klien dapat memediasi hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas klien. Setiap perusahaan harus selalu menjaga kualitas pelayanan terutama yang bergerak dibidang jasa. Dengan kualitas pelayanan yang prima akan menciptakan kepuasan klien pada perusahaan yang nanti pada akhirnya bermuara pada loyalitas klien terhadap perusahaan. Mengingat CV. Central Karya Prima merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa maka kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam memperoleh loyalitas klien melalui kepuasan klien.

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $0,233$  dan taraf signifikan si penelitian untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak.

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $0,146$  dan taraf signifikan si penelitian untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas klien sebesar  $0,049 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan H0 ditolak.

Berdasarkan hasil uji empirik diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar  $0,887$  dan taraf signifikan si penelitian untuk variabel kepuasan klien berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas klien sebesar  $0,049 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan H0 ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas klien dengan dimediasi oleh kepuasan klien telah diperoleh nilai Z hitung yaitu  $1,790 >$  nilai Z tabel yaitu  $1,675$  yang berarti bahwa kepuasan klien dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas klien, sehingga H4 diterima dan H0 ditolak.

---

**Daftar Pustaka**

- Amrullah, S. (2011). *Hubunan Antara Kualitas Pelayanan Pajak Dengan Kepuasan Masyarakat Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPPPP) Kudus*.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Budiyanti, R. (2019). *Pertumbuhan Naik 15%, Kanwil DJP Bali Lampaui Penerimaan Nasional*.  
Www.Pajak.Go.Id. [www.pajak.go.id/id/siaran-pers/pertumbuhan-naik-15-kanwil-djp-bali-lampaui-penerimaan-nasional](http://www.pajak.go.id/id/siaran-pers/pertumbuhan-naik-15-kanwil-djp-bali-lampaui-penerimaan-nasional)
- Darmawanto, A. T. (2015). *Analisis Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Badan Di Kantor Pelayanan Pajak Madya Malang*. 15(1).
- Ester, G. K. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak Dan Pengetahuan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kelurahan Kleak Kecamatan Malalayang Kota Manado. *Riset Akutansi Going Concern*, 12(2), 523–530.
- Farah, A. R. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Umkm Yang Terdaftar Di KPP Pratama Semarang Selatan)*. 1–9.
- Febriani, E., & Rahayu, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Keadilan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(2), 149–158. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i2.2349>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP-UNDIP.
- Kusnandar, V. B. (2019). *Jumlah Penduduk Indonesia Diproyeksikan Mencapai 270 Juta pada 2020*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Mardiasmo. (2011). *Perpajakan Edisi Revisi*. Andi.
- Prabandaru, A. (2019). *Kedudukan Hukum Pajak di Indonesia*. Klikpajak.Id.  
<https://klikpajak.id/blog/berita-regulasi/ketahui-kedudukan-hukum-pajak-di-indonesia/>
- Rhismawati, N. L. (2020). *DJP Bali : 212.933 Wajib Pajak Orang Pribadi Laporkan SPT Tahunan*.
- Saifi, M. (2014). *Peran Pemeriksa Pajak Dalam Menunjang Penerimaan Pajak Penghasilan Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu*. 1–7.
- Sefnedi, I. (2013). Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Wajib Pajak Restoran Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Universitas Paramadina*, 10.
- Setiono, H. (2007). *Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus Pada Perusahaan Priority Cargo Package Di Yogyakarta*. Sanata Dharma University Yogyakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Utamaningsih, D. I. (2010). *Analisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas ditinjau dari kualitas pelayanan bank*.