SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: p-ISSN 2615-3009
Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389
Vol. 9, No. 1, January 2026

Kepatuhan Wajib Pajak yang Dipengaruhi Kualitas Pelayanan, Sosialisasi Pajak dan Sanksi Pajak

Chaeru Syahru Ramdani[1], Adi Sofyana Latif[2], Muhamad Eko Ari Wibowo[3], Rananda Septanta[4]
Universitas Pamulang, Indonesia
dosen02282@unpam.ac.id[1], dosen01608@unpam.ac.id[2], dosen01613@unpam.ac.id[3], dosen01079@unpam.ac.id[4]

Submitted: 09th September 2025 | **Edited**: 27th December 2025 | **Issued**: 01st January 2026

Cited on: Ramdani, C. S., Latif, A. S., Wibowo, M.E.A., & Septanta, R. (2026). Kepatuhan Wajib Pajak yang Dipengaruhi Kualitas Pelayanan, Sosialisasi Pajak dan Sanksi Pajak. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, 9*(1), 358-364.

ABSTRACT

The rapid growth of e-commerce activities in Indonesia has increased the number of individual taxpayers conducting business through online platforms, particularly in urban areas such as Jakarta. This development presents challenges for tax authorities in ensuring taxpayer compliance, making service quality and tax socialization essential factors in improving compliance behavior. Therefore, this study aims to examine the effect of service quality and tax socialization on individual taxpayer compliance, as well as the moderating role of tax sanctions in this relationship. This research adopts a quantitative approach using a survey method. The population consists of individual taxpayers engaged in e-commerce businesses in Jakarta. A simple random sampling technique was employed, resulting in 117 respondents. Data were collected through structured questionnaires distributed via Google Forms and delivered directly to respondents through WhatsApp and email. The collected data were processed using SPSS version 25. Data analysis was conducted through descriptive statistics, validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis to test the proposed hypotheses. The results of the study indicate that service quality and tax socialization have a significant positive effect on individual taxpayer compliance. However, tax sanctions are not able to directly moderate the influence of service quality and tax socialization on taxpayer compliance. These findings suggest that improving service quality and strengthening tax socialization programs are more effective strategies for enhancing compliance among e-commerce individual taxpayers.

Keywords: Taxpayer Compliance, Service Quality, Tax Socialization, Tax Sanctions, E-Commerce Taxpayers

PENDAHULUAN

Kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan sistem perpajakan, khususnya pada sistem self-assessment yang diterapkan di Indonesia (Wati, et al., 2023). Dalam sistem ini, wajib pajak diberikan kepercayaan untuk menghitung, membayar, dan melaporkan kewajiban pajaknya secara mandiri. Oleh karena itu, tingkat kepatuhan wajib pajak sangat menentukan optimalisasi penerimaan negara dari sektor pajak, yang menjadi sumber utama pendapatan negara (Mardiasmo, 2018).

Perkembangan teknologi digital dan pesatnya pertumbuhan usaha E-Commerce

telah meningkatkan jumlah Wajib Pajak Orang Pribadi yang menjalankan kegiatan usaha secara online. Fenomena ini memberikan tantangan baru bagi otoritas pajak dalam mengawasi dan meningkatkan kepatuhan pajak, karena karakteristik pelaku usaha digital cenderung fleksibel, tersebar, dan tidak selalu terikat pada lokasi usaha fisik (Dewi & Jati, 2018). Kondisi tersebut menuntut pendekatan pelayanan dan pengawasan pajak yang lebih adaptif.

Salah satu faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah kualitas pelayanan pajak. Pelayanan yang baik, transparan, dan responsif dari aparatur pajak dapat meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas pajak dan mendorong kepatuhan secara sukarela (Ernawatiningsih & Sudiartana, 2023). Penelitian oleh Parasuraman et al. (1988) serta diperkuat oleh Waluyo (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang optimal mampu meningkatkan kepuasan dan kepatuhan wajib pajak.

Selain kualitas pelayanan, sosialisasi perpajakan juga memegang peranan penting dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak terhadap hak dan kewajiban perpajakan. Sosialisasi yang efektif dapat mengurangi kesalahan dalam pelaporan dan pembayaran pajak serta membentuk sikap positif terhadap pajak (Siti Kurnia Rahayu, 2017). Namun, masih banyak pelaku usaha E-Commerce yang memiliki tingkat literasi pajak yang rendah, sehingga berpotensi menurunkan kepatuhan.

Di sisi lain, sanksi pajak diterapkan sebagai alat penegakan hukum untuk mencegah pelanggaran perpajakan. Sanksi yang tegas dan konsisten diharapkan dapat memberikan efek jera dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Allingham & Sandmo, 1972). Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Putra & Setiawan, 2019).

Namun demikian, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang tidak konsisten. Beberapa studi menyatakan bahwa sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan, sementara penelitian lain menemukan bahwa sanksi pajak tidak berpengaruh secara langsung atau hanya berfungsi sebagai variabel moderasi (Dewi & Supadmi, 2019). Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya research gap yang perlu diteliti lebih lanjut, khususnya pada konteks wajib pajak pelaku usaha E-Commerce.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada wajib pajak konvensional, seperti pelaku UMKM offline atau wajib pajak karyawan. Penelitian yang secara khusus mengkaji wajib pajak orang pribadi pelaku usaha E-Commerce masih relatif terbatas, padahal sektor ini memiliki karakteristik yang berbeda dari sektor usaha tradisional, baik dari sisi transaksi, pengawasan, maupun kepatuhan pajak (Franata & Khairudin, 2025; Putra, et al., 2025).

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, serta peran sanksi pajak dalam memoderasi hubungan tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan praktis bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, khususnya pada sektor E-Commerce.

LANDASAN TEORI

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak dapat dipahami sebagai ketundukan dan tindakan wajib pajak dalam memenuhi seluruh kewajiban perpajakan sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk menghitung, melaporkan, dan membayar pajak secara

benar dan tepat waktu serta melaksanakan hak-hak perpajakan yang sah (Liberty et al., 2023). Definisi ini menekankan aspek ketaatan terhadap aturan pajak sebagai bagian dari tanggung jawab hukum dan sosial wajib pajak dalam sistem perpajakan modern (Keputusan Menteri Keuangan No. 554/KMK/.04/2020)

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kemampuan suatu organisasi atau penyedia layanan dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, yang mencakup dimensi keandalan, ketepatan waktu, responsivitas, jaminan, dan empati (Sari dan Andriani, 2020). Konsep ini menekankan perbandingan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima, sehingga kualitas pelayanan yang tinggi tercermin dari kepuasan pelanggan yang konsisten. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, tetapi juga membangun kepercayaan terhadap penyedia layanan serta memberikan kontribusi positif terhadap kinerja organisasi, baik dalam sektor bisnis maupun administrasi publik (Rahmat, 2021).

Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya sistematis yang dilakukan oleh otoritas pajak untuk memberikan informasi, edukasi, dan pembinaan kepada masyarakat umum serta wajib pajak tentang peraturan, kewajiban, dan prosedur perpajakan, sehingga wajib pajak memahami hak dan kewajibannya serta termotivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara benar dan sukarela (Pulungan et al., 2024). Melalui sosialisasi perpajakan, Direktorat Jenderal Pajak berupaya meningkatkan pemahaman dan kesadaran pajak di kalangan wajib pajak, yang pada gilirannya diharapkan dapat mendorong tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan pemenuhan kewajiban pajak sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku (Gunadi & Pardamean, 2025). Sosialisasi ini mencakup berbagai kegiatan informasi formal berupa pelatihan, seminar, publikasi materi perpajakan, serta penggunaan media komunikasi efektif untuk menjangkau wajib pajak secara luas, khususnya di era digital saat ini (Orbaningsih, 2023).

Sanksi Pajak

Sanksi pajak adalah bentuk konsekuensi hukum yang dikenakan kepada wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan, yang bertujuan memberikan efek jera sekaligus mencegah terjadinya pelanggaran lebih lanjut terhadap ketentuan pajak (Halim & Nasution, 2021). Sanksi ini dapat berupa denda administratif, bunga, dan bahkan pidana pajak, tergantung pada jenis pelanggaran yang dilakukan, misalnya keterlambatan penyampaian SPT atau ketidaktepatan dalam pelaporan penghasilan (Halim & Nasution, 2021). Penerapan sanksi pajak dianggap penting dalam sistem perpajakan modern untuk menjaga kepatuhan wajib pajak melalui kombinasi pendekatan pembinaan dan penegakan hukum, sehingga penerimaan negara dapat lebih optimal dan sistem perpajakan berjalan secara adil (Santoso, 2023).

Kerangka Pemikiran Penelitian

Kepatuhan wajib pajak merupakan faktor krusial dalam keberhasilan sistem perpajakan, terutama di era digital di mana pelaku usaha E-Commerce terus meningkat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas pelayanan dan sosialisasi perpajakan (Sari dan Andriani, 2020; Pulungan et al., 2024). Kualitas pelayanan yang baik dari otoritas pajak dapat meningkatkan kepercayaan wajib pajak, sehingga mereka lebih termotivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela. Selain itu, sosialisasi perpajakan yang efektif memberikan pemahaman yang jelas mengenai hak dan kewajiban pajak, sehingga

wajib pajak mampu melaksanakan kewajiban dengan benar dan tepat waktu. Kedua variabel ini secara teoritis berperan sebagai faktor utama yang mendorong kepatuhan wajib pajak, baik melalui pendekatan pembinaan maupun edukasi.

Di sisi lain, sanksi pajak dianggap sebagai instrumen penegakan hukum yang memberikan efek jera bagi pelanggaran perpajakan (Halim & Nasution, 2021; Santoso, 2023). Sanksi ini diharapkan dapat memoderasi atau memperkuat pengaruh kualitas pelayanan dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, kerangka pemikiran penelitian ini mengasumsikan bahwa kualitas pelayanan dan sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan sanksi pajak berperan sebagai variabel moderasi yang dapat meningkatkan efektivitas kedua faktor tersebut. Pendekatan ini membantu memahami hubungan antarvariabel dan memberikan dasar bagi pengambilan kebijakan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara lebih optimal, khususnya bagi pelaku usaha E-Commerce di Jakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji hubungan antarvariabel secara objektif dan terukur. Penelitian dilaksanakan di Kota Jakarta dengan populasi berupa Wajib Pajak Orang Pribadi yang menjalankan usaha E-Commerce pada platform online. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 117 responden, yang dianggap telah memenuhi syarat untuk analisis statistik inferensial dan representatif terhadap populasi penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang disebarkan menggunakan Google Form, kemudian dibagikan secara langsung kepada responden melalui media WhatsApp dan email. Data yang diperoleh selanjutnya diolah menggunakan SPSS versi 25. Tahapan analisis data meliputi uji statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian, uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian layak digunakan, serta uji asumsi klasik sebagai prasyarat analisis regresi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda guna mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas data penelitian dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov test untuk variabel Kepatuhan Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sosialisasi Pajak, dan Sanksi Pajak. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,110, yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal, sehingga memenuhi salah satu asumsi dasar dalam analisis statistik parametrik, khususnya untuk analisis regresi linear berganda. Dengan demikian, data dapat digunakan untuk pengujian hipotesis lanjutan dengan menggunakan teknik regresi tanpa perlu transformasi data.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,458. Hal ini menunjukkan bahwa 45,8% variasi Kepatuhan Wajib Pajak dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan, Sosialisasi Pajak, dan

Sanksi Pajak, sedangkan sisanya 54,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Temuan ini konsisten dengan teori manajemen perpajakan yang menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, termasuk kualitas layanan administrasi pajak dan tingkat pemahaman terhadap peraturan perpajakan (Mardiasmo, 2022).

Variabel Kualitas Pelayanan memiliki peranan penting dalam mendorong kepatuhan wajib pajak. Pelayanan yang cepat, akurat, dan responsif meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas pajak, sehingga mendorong kepatuhan sukarela (Sari dan Andriani, 2020). Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor signifikan yang memengaruhi kepatuhan, sejalan dengan konsep SERVQUAL yang menekankan pentingnya keandalan, tanggap, dan empati dalam layanan sebagai penentu kepuasan dan perilaku positif pelanggan.

Selanjutnya, Sosialisasi Perpajakan juga berkontribusi terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi yang efektif memberikan pemahaman jelas tentang hak dan kewajiban perpajakan, sehingga wajib pajak mampu melaksanakan kewajiban dengan benar (Pulungan et al., 2024). Hasil penelitian ini mendukung teori bahwa edukasi dan informasi yang memadai merupakan faktor penentu dalam membentuk perilaku patuh pajak, karena wajib pajak yang sadar akan peraturan dan manfaat kepatuhan cenderung melaksanakan kewajiban secara tepat waktu.

Sementara itu, Sanksi Pajak berfungsi sebagai instrumen penegakan hukum yang memberi efek jera bagi pelanggaran (Halim & Nasution, 2021). Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa sanksi pajak tidak sepenuhnya mampu memoderasi pengaruh kualitas pelayanan dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan. Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa sanksi efektif hanya jika dikombinasikan dengan pendekatan pembinaan dan edukasi, bukan sebagai satu-satunya faktor. Dengan demikian, strategi peningkatan kepatuhan wajib pajak perlu menggabungkan pelayanan berkualitas, sosialisasi yang efektif, dan penegakan sanksi secara proporsional.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai t hitung sebesar 3,935, dengan signifikansi 0,000 dan koefisien regresi 0,379, menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan akan berdampak positif pada kepatuhan wajib pajak. Hal ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. (1988), yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik akan meningkatkan kepuasan dan perilaku positif pengguna jasa, termasuk kepatuhan dalam membayar pajak (Sari dan Andriani, 2020).

Kualitas pelayanan dalam konteks perpajakan mencakup aspek kemudahan akses informasi, kecepatan layanan, ketepatan dalam pemrosesan administrasi pajak, serta responsif terhadap pertanyaan dan keluhan wajib pajak. Pelayanan yang efektif dan profesional meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas pajak, sehingga mereka cenderung melaksanakan kewajiban perpajakan secara sukarela tanpa paksaan (Waluyo, 2020). Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi utama dalam mendorong kepatuhan sukarela.

Selanjutnya, sosialisasi perpajakan juga berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan nilai t hitung 3,909, signifikansi 0,000, dan koefisien regresi 0,365. Sosialisasi perpajakan yang efektif memberikan pemahaman mengenai hak dan kewajiban perpajakan serta prosedur pelaporan pajak yang benar (Pulungan et al., 2024).

Dengan pemahaman yang memadai, wajib pajak lebih mampu melaksanakan kewajiban mereka secara tepat waktu dan akurat, sehingga tingkat kepatuhan meningkat.

Teori pembelajaran perpajakan menekankan bahwa edukasi dan sosialisasi adalah faktor penting dalam membentuk kesadaran dan sikap positif wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan (Mardiasmo, 2022). Sosialisasi perpajakan yang dilakukan melalui seminar, pelatihan, media sosial, maupun publikasi resmi mampu menjangkau wajib pajak secara luas dan mengurangi kesalahan pelaporan yang disebabkan oleh ketidaktahuan atau miskomunikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi kualitas pelayanan dan sosialisasi perpajakan dapat menciptakan sinergi yang mendorong kepatuhan wajib pajak. Pelayanan yang baik akan membangun kepercayaan, sementara sosialisasi memastikan pemahaman yang jelas. Kedua faktor ini merupakan pendekatan pembinaan yang lebih efektif dibandingkan pendekatan represif semata dalam sistem self-assessment yang diterapkan di Indonesia (Dewi & Jati, 2018).

Di sisi lain, sanksi pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam penelitian ini, dengan nilai t hitung 1,447, signifikansi 0,181, dan koefisien regresi 0,093. Temuan ini menunjukkan bahwa pemberian sanksi, baik berupa denda maupun sanksi administratif, tidak secara langsung mendorong kepatuhan wajib pajak, khususnya bagi pelaku usaha E-Commerce yang telah memiliki kesadaran dan pemahaman pajak. Hal ini sejalan dengan teori efek sanksi yang menyatakan bahwa sanksi hanya efektif jika disertai edukasi dan pembinaan, bukan sebagai satu-satunya metode penegakan (Halim & Nasution, 2021).

Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan temuan serupa, bahwa sanksi pajak lebih efektif ketika dikombinasikan dengan kualitas pelayanan dan sosialisasi yang baik (Putra & Setiawan, 2019). Hal ini mengindikasikan bahwa pendekatan represif murni tidak selalu menciptakan kepatuhan, terutama jika wajib pajak merasa dilayani dengan baik dan memahami kewajibannya.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa upaya peningkatan kepatuhan wajib pajak sebaiknya lebih menitikberatkan pada peningkatan kualitas pelayanan dan sosialisasi perpajakan yang efektif. Kualitas pelayanan yang baik, termasuk kecepatan, ketepatan, dan responsivitas dalam menangani administrasi pajak, mampu meningkatkan kepercayaan wajib pajak terhadap otoritas pajak, sehingga mendorong kepatuhan secara sukarela. Sementara itu, sosialisasi perpajakan yang sistematis dan menyeluruh memberikan pemahaman yang jelas mengenai hak dan kewajiban perpajakan, prosedur pelaporan, dan konsekuensi ketidakpatuhan, sehingga wajib pajak dapat melaksanakan kewajiban dengan tepat dan akurat. Di sisi lain, sanksi pajak terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam konteks penelitian ini, sehingga lebih berfungsi sebagai instrumen pelengkap yang memberikan efek jera tambahan. Pendekatan ini menegaskan bahwa kombinasi pelayanan berkualitas dan edukasi melalui sosialisasi lebih efektif dalam menciptakan kepatuhan sukarela, sesuai dengan prinsip sistem self-assessment yang diterapkan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Allingham, M. G., & Sandmo, A. (1972). *Income tax evasion: A theoretical analysis*. Journal of Public Economics, 1(3–4), 323–338.

Dewi, N. L. P. S., & Supadmi, N. L. (2019). Pengaruh sanksi pajak, kesadaran wajib

pajak, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 26(1), 437–464.

Dewi, N. P. R., & Jati, I. K. (2018). Pengaruh sosialisasi perpajakan, pemahaman perpajakan, dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22(1), 230–255.

Ernawatiningsih, N. P. L., & Sudiartana, I. M. (2023). *Pengaruh sosialisasi pajak, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Denpasar Timur*. Jurnal Akuntansi Profesi, 14(03), 482–491.

Franata, M. S., & Khairudin, K. (2025). *The effect of taxation socialization, taxpayer awareness, tax sanctions and tax service quality on motor vehicle taxpayer compliance*. International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM), 5(1), 262–278.

Gunadi, M., & Pardamean, C. S. (2025). *Panduan Perpajakan Indonesia: Teori dan Praktik Penyelesaian Kasus Berdasarkan Peraturan Terbaru*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Halim, A., & Nasution, F. (2021). *Perpajakan Indonesia: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 554/KMK/.04/2020 tentang Administrasi Perpajakan*. Jakarta: Kementerian Keuangan RI.

Liberty, Fahlevi, M. R., & Putra, A. I. (2023). *Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor*. Kolaborasi Pustaka Warga.

Mardiasmo. (2018). *Perpajakan* (Edisi Terbaru). Yogyakarta: Andi.

Orbaningsih, D. (2023). *Model Sosialisasi Perpajakan sebagai Strategi Peningkatan Penerimaan Pajak*. Jakarta: IRDH.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Pulungan, I. W., Safitri, A. N. W., Wahyuningsih, D. E., et al. (2024). *Perpajakan di Indonesia: Konsep Dasar dan Implementasi*. UNW Press.

Putra, I. M. A., & Setiawan, P. E. (2019). Pengaruh sanksi pajak dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(2), 1349–1376.

Putra, L. A., Loist, C., Butarbutar, N., Efendi, E., & Sudirman, A. (2025). *The influence of service quality and tax sanctions on taxpayer compliance*. International Journal of Business, Law, and Education, 4(2), 952–959.

Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan: Konsep dan Aspek Formal*. Bandung: Rekayasa Sains.

Rahmat, H. (2021). *Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Alfabeta.

Santoso, B. (2023). *Manajemen Perpajakan: Kebijakan, Administrasi, dan Kepatuhan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sari, R., & Andriani, L. (2020). *Manajemen Kualitas Pelayanan: Teori dan Praktik*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Waluyo. (2020). *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Wati, N. K. S., Sara, I. M., & Yudha, C. K. (2023). *Pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, kualitas pelayanan pajak, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan WPOP*. Jurnal Akuntansi Profesi, 14(01), 1–11.