

PERAN KINERJA PELAYANAN DAN TRUST PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA SEMARANG TIMUR DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN WAJIB PAJAK

Mufid Pinto Nugroho¹, Mulyana²

mufidpinto.nugroho@gmail.com¹

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja pelayanan terhadap kepuasan Wajib Pajak dan trust di Kota Semarang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pelapor pajak di Kota Semarang dengan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 170 responden. Teknik pengambilan sample menggunakan non-probability sampling dengan teknik convenience sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala interval 1 hingga 5. Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kinerja pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan Wajib Pajak; semakin tinggi kinerja pelayanan, maka semakin tinggi trust; semakin tinggi trust, maka semakin tinggi kepuasan Wajib Pajak. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan dan trust Wajib Pajak di Kota Semarang.

Kata Kunci: Kinerja Pelayanan; Kepuasan Wajib Pajak; Trust.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of service performance on taxpayer satisfaction and trust in Semarang City. The research type used is explanatory research with an associative approach. The population in this study consists of all tax reporters in Semarang City, with a sample size of 170 respondents. The sampling technique used is non-probability sampling with a convenience sampling method. Data were collected through questionnaires using an interval scale from 1 to 5. Data analysis was performed using the Partial Least Square (PLS) method. The results of the study indicate that the better the service performance provided, the higher the taxpayer satisfaction; the higher the service performance, the higher the trust; and the higher the trust, the higher the taxpayer satisfaction. These findings emphasize the importance of improving service quality in enhancing taxpayer satisfaction and trust in Semarang City.

Keywords: Service Performance; Taxpayer Satisfaction; Trust.

PENDAHULUAN

Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPP Pratama) berada di bawah Direktorat Jenderal Pajak, yang merupakan bagian dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPP Pratama) merupakan unit operasional yang bertanggung jawab atas administrasi perpajakan di wilayah kerjanya. Tugas pokok KPP Pratama adalah melaksanakan pelayanan, pengawasan, dan penegakan hukum terkait pemungutan pajak bagi Wajib Pajak perorangan maupun badan usaha.

Fungsi utamanya mencakup penerimaan, pemeriksaan, dan pengelolaan data perpajakan, serta memberikan edukasi kepada Wajib Pajak mengenai hak dan kewajiban perpajakan mereka. KPP Pratama juga bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan Wajib Pajak, mengoptimalkan penerimaan negara dari sektor perpajakan, serta menangani keberatan atau banding yang diajukan oleh Wajib Pajak terkait penetapan pajak. Dalam melaksanakan tugasnya, KPP Pratama berperan penting dalam mendukung stabilitas keuangan negara melalui sistem perpajakan yang efektif dan adil.

Pelayanan publik adalah faktor penting yang perlu diperhatikan utamanya oleh

lembaga atau institusi yang bergerak dibidang pelayanan sektor publik. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat mendasar, agar pelayanan yang diberikan dapat dirasakan oleh para pengguna jasa, konsumen atau masyarakat (Nashar, 2020). Pelayanan publik merupakan aspek fundamental dalam penyelenggaraan pemerintahan (Nashar, 2020).

Pelayanan publik dapat dijadikan tolok ukur keseriusan pemerintah dalam menjalankan tanggung jawabnya khususnya dalam melayani masyarakat. Pentingnya penjaminan ketersediaan dan kualitas pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah memiliki dampak yang sangat signifikan karena sesuai dengan tujuannya, kualitas pelayanan yang prima adalah upaya memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada masyarakat (DahyarDaraba, 2021).

Kinerja pelayanan merupakan sebuah pencapaian indikator pelayan publik yang dilakukan organisasi atau instansi yang ditujukan untuk kepentingan masyarakat yang dapat berbentuk uang, barang, ide, atau gagasan ataupun surat-surat atas dasar keikhlasan, rasa senang, jujur, mengutamakan rasa puas bagi yang menerima layanan (Alghfeli et al., 2020).

Pelayanan publik sering digunakan sebagai sinonim untuk layanan pemerintah yang mencakup semua orang yang bekerja di sektor publik (Sany Ayu Citra et al., 2021). Selain itu, Kurniawan, (2005) menambahkan bahwa motivasi pelayanan publik adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pegawai publik menempatkan nilai untuk membantu orang lain pada tingkat lebih tinggi dan bekerja yang bermanfaat bagi masyarakat (Zhu & Wu, 2016).

Semakin kritisnya publik dalam mengawasi penyelenggaraan pelayanan publik harus diantisipasi dengan perbaikan standar pelayanan publik. Karenanya, pemerintah kota, kabupaten, provinsi serta kementerian/lembaga, wajib memperbaiki standar pelayanan publik. Rendahnya kepatuhan standar pelayanan terhadap publik mengakibatkan rendahnya mutu kualitas pelayanan. Cepat atau lambat akan mengikis kepercayaan publik terhadap aparatur pemerintah. Kepercayaan publik yang menurun berkorelasi lurus terhadap terhambatnya pertumbuhan investasi (DahyarDaraba, 2021).

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan/kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik (Ratnaningsih et al., 2023). Selanjutnya pelayanan publik adalah segala sesuatu yang disediakan oleh pemerintah atau kecuali secara kolektif dalam rangka memenuhi kesejahteraan sosial seluruh Masyarakat (Dwiyanto, 2008). Sedangkan pengertian pelayanan publik menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Kepuasan masyarakat dapat disebut sebagai evaluasi pasca konsumsi dari kualitas pelayanan yang merupakan keadaan mental yang muncul setelah menghadapi layanan dan kontras dengan pengalaman yang dipegang sebelumnya (Hermawan et al., 2016). Kepuasan masyarakat berhubungan positif dengan persepsi kinerja pelayanan yang diberikan oleh Organisasi Perangkat Daerah (Sahuri, 2009). Seiring dengan langkah-langkah manajerial, kepuasan juga digunakan sebagai standar kinerja layanan (Salim et

al., 2018).

Kepuasan layanan diartikan sebagai derajat mutu dari layanan yang dihasilkan perusahaan, dimana kepuasan layanan dikembangkan secara internal, artinya pengembangan kualitas layanan ditentukan oleh perusahaan (Rahmawati et al., 2022). Kepuasan masyarakat juga merupakan hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan kepada aparatur penyelenggara pelayanan publik (Herliani Putri Ratnaningsih et al., 2023).

Penelitian terkait peran kinerja pelayanan terhadap kepuasan masyarakat masih menyisakan gap yang menarik untuk dianalisis. Diantaranya adalah hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan yang kuat dalam meningkatkan kepuasan masyarakat (Herliani Putri Ratnaningsih et al., 2023), namun hasil tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Kasinem, 2020).

Kepercayaan memiliki peran krusial dalam membentuk persepsi serta respons Wajib Pajak terhadap layanan yang diberikan oleh otoritas pajak. Meskipun kualitas layanan yang baik sangat penting, kepuasan Wajib Pajak tidak hanya ditentukan oleh aspek tersebut, tetapi juga oleh sejauh mana mereka meyakini bahwa sistem perpajakan dijalankan dengan adil, transparan, dan akuntabel (Octavianny et al., 2021a). Trust berfungsi sebagai penghubung yang menjelaskan bagaimana persepsi terhadap kinerja pelayanan dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan konsumen (Ningtyas, 2018). Ketika tingkat kepercayaan terhadap institusi pajak tinggi, Wajib Pajak cenderung lebih puas terhadap layanan yang diterima, bahkan dalam situasi di mana terdapat kendala teknis atau kebijakan tertentu yang kurang menguntungkan. Kepercayaan juga membantu mengurangi ketidakpastian serta meningkatkan penerimaan Wajib Pajak terhadap sistem perpajakan yang berlaku (Octavianny et al., 2021b).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penelitian ini adalah merupakan tipe penelitian explanatory research yang bersifat asosiatif, yaitu bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengujian hipotesis dengan maksud membenarkan atau memperkuat hipotesis dengan harapan, yang pada akhirnya dapat memperkuat teori yang dijadikan sebagai pijakan. Dalam hal ini adalah menguji pengaruh kinerja pelayanan, kepuasan Wajib Pajak dan trust.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Uji hipotesis pertama membuktikan bahwa Kinerja Pelayanan memberi pengaruh positif dan signifikan kepada Kepuasan Wajib Pajak. Hasil ini berarti semakin baik Kinerja Pelayanan, maka Kepuasan Wajib Pajak akan cenderung menjadi lebih meningkat. Hasil ini menunjukkan bahwa dukungan pada penelitian sebelumnya bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan (Alfaruki et al., 2023).

Pengukuran variabel Kinerja Pelayanan pada penelitian ini merupakan refleksi dari delapan indikator yaitu Keterbukaan Pelayanan, Kemudahan, Kepastian, Keadilan, Profesionalisme Petugas, Sarana, Fasilitas, dan Keamanan. Sedangkan Variabel Kepuasan Wajib Pajak pada penelitian ini diukur dari refleksi empat indikator yaitu Kepuasan akan kejelasan persyaratan pelayanan, Kepuasan akan kesederhanaan prosedur pelayanan, Kepuasan akan ketersediaan sarana prasarana, Kepuasan akan

ketepatan waktu pelayanan, Kepuasan akan kemampuan petugas pelayanan.

Nilai loading factor tertinggi pada variabel kinerja pelayanan adalah fasilitas, sedangkan pada variabel Kepuasan Wajib Pajak adalah kepuasan terhadap kejelasan persyaratan pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas fasilitas pelayanan secara signifikan meningkatkan Kepuasan Wajib Pajak terkait kejelasan persyaratan pelayanan. Artinya, fasilitas yang memadai, seperti ruang tunggu yang nyaman, peralatan yang lengkap, dan akses informasi yang mudah, dapat membantu Wajib Pajak memahami persyaratan pelayanan dengan lebih jelas, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.

Nilai loading factor tertinggi pada variabel kinerja pelayanan adalah fasilitas, sedangkan pada variabel kepuasan Wajib Pajak adalah kepuasan terhadap kejelasan persyaratan pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas fasilitas pelayanan secara signifikan meningkatkan kepuasan Wajib Pajak terkait kejelasan persyaratan pelayanan. Artinya, fasilitas yang memadai, seperti ruang tunggu yang nyaman, peralatan yang lengkap, dan akses informasi yang mudah, dapat membantu Wajib Pajak memahami persyaratan pelayanan dengan lebih jelas, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.

Nilai loading factor terendah pada variabel Kinerja Pelayanan adalah pada aspek Kemudahan, sedangkan pada variabel Kepuasan Wajib Pajak, nilai terendah terdapat pada Kepuasan terhadap Kemampuan Petugas Pelayanan. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kemudahan dalam pelayanan secara langsung akan meningkatkan kepuasan Wajib Pajak terhadap kemampuan petugas pelayanan. Artinya, ketika layanan yang diberikan mudah diakses dan digunakan, Wajib Pajak cenderung lebih menghargai dan merasa puas dengan kompetensi petugas yang melayani mereka. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan Wajib Pajak secara keseluruhan, penting bagi penyedia layanan untuk memastikan bahwa proses pelayanan dirancang dengan mempertimbangkan kemudahan bagi pengguna, sehingga kompetensi petugas dapat lebih diapresiasi dan berdampak positif pada kepuasan Wajib Pajak.

2. Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Trust

Uji hipotesis kedua membuktikan bahwa Kinerja Pelayanan memberi pengaruh positif dan signifikan kepada Trust. Hasil ini berarti semakin baik Kinerja Pelayanan, maka Trust akan cenderung semakin tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan dukungan pada penelitian sebelumnya bahwa pelayanan yang baik dan berorientasi pada masyarakat secara signifikan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah (Liu & Lin, 2019).

Pengukuran variabel Kinerja pelayanan pada penelitian ini merupakan refleksi dari delapan indikator yaitu Keterbukaan Pelayanan, Kemudahan, Kepastian, Keadilan, Profesionalisme Petugas, Sarana, Fasilitas, dan Keamanan. Sedangkan pengukuran variabel Trust pada penelitian ini merupakan refleksi dari empat indikator yaitu Competence, Transparency, Publik Interest, Honesty.

Berdasarkan hasil analisis, variabel Kinerja Pelayanan memiliki nilai loading factor tertinggi pada indikator Fasilitas, sedangkan variabel Kepercayaan (Trust) menunjukkan nilai loading factor tertinggi pada indikator Kejujuran (Honesty). Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas fasilitas pelayanan akan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kejujuran dalam pelayanan. Artinya, fasilitas yang memadai dan berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil analisis, variabel Kinerja Pelayanan memiliki nilai loading factor tertinggi pada indikator Fasilitas, sedangkan variabel Kepercayaan (Trust)

menunjukkan nilai loading factor tertinggi pada indikator Kejujuran (Honesty). Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas fasilitas pelayanan akan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kejujuran dalam pelayanan. Artinya, fasilitas yang memadai dan berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang diberikan.

Nilai loading factor terendah pada variabel Kinerja Pelayanan adalah Kemudahan, sedangkan pada variabel Kepercayaan (Trust) adalah Kompetensi. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kemudahan pelayanan akan berkontribusi pada peningkatan kompetensi. Artinya, semakin mudah akses dan proses pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, semakin tinggi tingkat kompetensi yang dirasakan oleh pengguna layanan. Kemudahan dalam pelayanan mencakup aspek seperti kecepatan, aksesibilitas, dan kesederhanaan prosedur, yang semuanya berperan dalam membentuk persepsi positif terhadap kompetensi penyedia layanan.

3. Pengaruh Trust terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Uji hipotesis ketiga membuktikan bahwa Trust memberi pengaruh positif dan signifikan kepada Kepuasan Wajib Pajak. Hasil ini berarti apabila Trust semakin baik, maka Kepuasan Wajib Pajak akan cenderung menjadi semakin meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Kurniawan & Purwanti Alwie, 2022).

Pengukuran variabel Trust pada penelitian ini merupakan refleksi dari empat indikator yaitu Competence, Transparency, Publik Interest, Honesty sedangkan variabel Kepuasan Wajib Pajak pada penelitian ini diukur dari refleksi empat indikator yaitu Kepuasan akan kejelasan persyaratan pelayanan, Kepuasan akan kesederhanaan prosedur pelayanan, Kepuasan akan ketersediaan sarana prasarana, Kepuasan akan ketepatan waktu pelayanan, serta Kepuasan akan kemampuan petugas pelayanan.

Dalam penelitian ini, indikator 'Kejujuran' memiliki nilai loading factor tertinggi pada variabel 'Kepercayaan', sementara indikator 'Kepuasan terhadap kejelasan persyaratan pelayanan' menunjukkan nilai loading factor tertinggi pada variabel 'Kepuasan Wajib Pajak'. Korelasi antara kedua indikator ini mengindikasikan bahwa peningkatan kejujuran akan berbanding lurus dengan peningkatan kepuasan Wajib Pajak terhadap kejelasan persyaratan pelayanan. Artinya, semakin tinggi tingkat kejujuran yang ditunjukkan oleh otoritas pajak atau petugas terkait, semakin puas Wajib Pajak terhadap kejelasan persyaratan pelayanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan temuan yang menyatakan bahwa kepercayaan Wajib Pajak pada petugas pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan dan kepuasan Wajib Pajak. Dengan demikian, membangun hubungan yang jujur dan transparan antara petugas pajak dan Wajib Pajak sangat penting untuk meningkatkan kepuasan dan kepatuhan Wajib Pajak.

Penelitian menunjukkan bahwa kompetensi petugas pajak, khususnya dalam hal kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan sesuai kebutuhan penerima layanan, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak. Semakin tinggi kompetensi petugas, semakin meningkat pula kepuasan Wajib Pajak terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini menegaskan pentingnya peningkatan kompetensi petugas pajak untuk mencapai kepuasan Wajib Pajak yang lebih tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan kontroversi studi (research gap) dan fenomena yang ada, maka rumusan masalah dalam studi ini adalah "Peran Kinerja Pelayanan dan Trust pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang Timur dalam Meningkatkan Kepuasan

Wajib Pajak". Kemudian jawaban atas pertanyaan penelitian (question research) adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan kinerja pelayanan secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan Wajib Pajak. Semakin baik kinerja pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi kepuasan Wajib Pajak. Artinya, ketika layanan yang diberikan berkualitas tinggi, Wajib Pajak akan merasa lebih puas dengan pelayanan tersebut.
2. Peningkatan kinerja pelayanan yang diberikan akan berbanding lurus dengan peningkatan kepercayaan (trust) dari Wajib Pajak. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang disediakan, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan Wajib Pajak terhadap layanan tersebut.
3. Semakin tinggi tingkat kepercayaan (trust) yang dimiliki Wajib Pajak, semakin meningkat pula kepuasan mereka terhadap layanan perpajakan. Artinya, ketika Wajib Pajak memiliki kepercayaan yang kuat terhadap otoritas pajak dan sistem perpajakan, mereka cenderung merasa lebih puas dengan pelayanan yang diterima. Kepercayaan ini dapat terbentuk melalui transparansi, akuntabilitas, dan integritas dalam penyelenggaraan layanan perpajakan

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A., & Sundoyo. (2021). SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT (SKM) MANFAAT PEMBERIAN LAPTOP UNTUK 1 RT DI KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA TAHUN 2020. *JEMI*, 21(1), 34–48.
- Alfaruki, D., Apep Mustofa, M., Faroji, R., & Hidayatullah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Muzakki dengan Kepuasan Sebagai Intervening Variabel. In *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik* (Vol. 1, Issue 1).
- Alghfeli, A. H., Khalifa, G. S. A., Alareefi, N. A., Alkathiri, M. S., Alsaadi, T. A., & Alneadi, K. M. (2020). The influence of Service Quality and Trust in Consultant on PMC performance in Public Sector (Vol. 2, Issue 2). <https://www.city.edu.my/CUEJAR>
- Altuntas, S., & Kansu, S. (2020). An innovative and integrated approach based on SERVQUAL, QFD and FMEA for service quality improvement: A case study. *Kybernetes*, 49(10), 2419–2453. <https://doi.org/10.1108/K-04-2019-0269>
- Buck, C., Olenberger, C., Schweizer, A., Völter, F., & Eymann, T. (2021). Never trust, always verify: A multivocal literature review on current knowledge and research gaps of zero-trust. *Computers and Security*, 110. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2021.102436>
- Coyle-Shapiro, Marjo-Riitta Diehl, & Jacqueline AM. (2018). Social exchange theory: where is trust?. *The Routledge Companion to Trust*. (Vol. 1). Routledge.
- Cusumano, M. A., Kahl, S. j, & Suarez, F. F. (2008). Services, industry evolution, and the copetitive strategies of product firms. *Academy of Management Journal*, 51(2), 315–334. <https://doi.org/10.1002/smj>
- DahyarDaraba. (2021). PUBLIC TRUST WHAT, WHY AND HOW TO APPLY IT IN CREATING EXCELLENT SERVICE. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 18(8), 1–10.
- Deva, S. A. (2021). Pengaruh Penerapan E-filing dan Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi: Kepuasan Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada KPP Pratama Surakarta). *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1.
- Dwiyanto, A. (2008). Mewujudkan Good Governance melalui Pelayanan Publik. Gadjah Mada University Press.
- Edi Kurniawan, Zulkarnain, & Purwanti Alwie, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Masyarakat Pada Media. *Jurnal Daya Saing*, 8(3), 350–359.
- Embi, M. A. bin, & Widyasari, R. (2013). TEORI DAN MODEL PENGUKURAN KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP KEBERKESANAN SISTEM PELAYANAN PUBLIK. *TINGKAP*,

IX(2), 178–192.

- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan. Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Metode penelitian*. 35–47.
- Hair, J. F. (1995). *MultiVariate Data Analysis*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Hair, J. F. (2021). Next-generation prediction metrics for composite-based PLS-SEM. *Industrial Management and Data Systems*, 121(1), 5–11. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0505>
- Hameed, W. U., Nisar, Q. A., & Wu, H. C. (2021). Relationships between external knowledge, internal innovation, firms' open innovation performance, service innovation and business performance in the Pakistani hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 92(April 2020), 102745. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102745>
- Herliani Putri Ratnaningsih, Yogi Suprayogi Sugandi, & Indra Aldila Wiradiputra. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP KEPUASAN DALAM PEMBUATAN E-KTP DI KECAMATAN COBLONG KOTA BANDUNG. *Journal Publicuho*, 6(1), 106–118. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i1.96>
- Hermawan, W., Budiman, D., & Hutagaol, P. (2016). ANALISIS KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DALAM PENDAFTARAN TANAH PERTAMA KALI PADA KANTOR PERTANAHAN KABUPATEN BOGOR. In *Jur. Ilm. Kel. & Kons* (Vol. 9, Issue 1).
- Johnson, B. B. (1999). Exploring dimensionality in the origins of hazard-related trust. *Journal of Risk Research*, 2(4), 325–354. <https://doi.org/10.1080/136698799376763>
- Karpen, I. O., Bove, L. L., & Lukas, B. A. (2012). Linking Service-Dominant Logic and Strategic Business Practice: A Conceptual Model of a Service-Dominant Orientation. In *Journal of Service Research* (Vol. 15, Issue 1, pp. 21–38). <https://doi.org/10.1177/1094670511425697>
- Karpen, I. O., Bove, L. L., Lukas, B. A., & Zyphur, M. J. (2015). Service-dominant orientation: Measurement and impact on performance outcomes. *Journal of Retailing*, 91(1), 89–108. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2014.10.002>
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–340.
- Kmieciak, R. (2020). Trust, knowledge sharing, and innovative work behavior: empirical evidence from Poland. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2020-0134>
- Kurniawan, E., & Purwanti Alwie, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Masyarakat Pada Media. *Jurnal Daya Saing*, 8(3), 350–359.
- Larono, S. R. (2020). ANALISIS SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT PADA PELAYANAN PERIJINAN DI DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU (DPMPTSP) KABUPATEN KEPULAUAN TALAUD. *Jemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–33.
- Liu, N. C., & Lin, Y. T. (2019). High-performance work systems, management team flexibility, employee flexibility and service-oriented organizational citizenship behaviors. *International Journal of Human Resource Management*, 0(0), 1–38. <https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1651374>
- Nashar. (2020). *Kualitas Pelayanan akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Vol. 1). Duta Media Publishing.
- Ningtyas, T. (2018). Kepercayaan Masyarakat (Citizen Trust) Di Badan Pertanahan Nasional (BPN) II Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 2(1), 195–212.
- Octavianny, P., Makaryanawati, M., & Edwy, F. M. (2021a). *Religiusitas, Kepercayaan pada*

- Aparat, Tingkat Pendidikan, Pengetahuan Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(1), 77. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i01.p06>
- Octavianny, P., Makaryanawati, M., & Edwy, F. M. (2021b). Religiusitas, Kepercayaan pada Aparat, Tingkat Pendidikan, Pengetahuan Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(1), 77. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i01.p06>
- Rahmawati, C., Fitriani, D., Haira, F., & Panorama, M. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN, DAN LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PALEMBANG). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(7), 1073–1088. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.123>
- Ratna Sari, D., Kartikasari, D., & Herya Ulfah, N. (2021). Impact of Effective Communication on the Quality of Excellent Service and Patient Satisfaction in the Outpatient Department. *KnE Life Sciences*. <https://doi.org/10.18502/cls.v0i0.8883>
- Sahuri, C. (2009). Membangun Kepercayaan Publik melalui Pelayanan Publik yang Berkualitas.
- Salim, M., Bachri, S., & Febliansa, M. R. (2018). Customer Satisfaction (Public Satisfaction) on Services in Administrative Village Office. *Asia Pacific Management and Business Application*, 007(01), 17–30. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2018.007.01.2>
- Sany Ayu Citra, B., Setiono, B., Haposan Pangaribuan, C., & Francisca Lies Ambarwati, M. (2021). The Influence of Service Quality on Public Satisfaction and Public Trust: A Study on Jakarta Public Health Services during COVID-19 Pandemic. In *Management, and Social Studies* (Vol. 1, Issue 1). www.jbms.site
- Schaap, D. (2021). Police trust-building strategies. A socio-institutional, comparative approach. *Policing and Society*, 31(3), 304–320. <https://doi.org/10.1080/10439463.2020.1726345>
- Schilke, O., Reimann, M., & Cook, K. S. (2021). Trust in Social Relations. *Annual Review of Sociology*, 47, 239–259.
- Sharma, N., & Patterson, P. G. (1999). The impact of communication effectiveness and service quality on relationship commitment in consumer, professional services. *Journal of Services Marketing*, 13(2), 151–170. <https://doi.org/10.1108/08876049910266059>
- Silalahi, S., Al Musadieq, M., & Nurtjahjono, G. E. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Perpajakan terhadap Kepuasan Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak dan Penerimaan Pajak (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Madya Malang). *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 1(1).
- Sri, F. G., Kantor, S., Pajak, P., Yogyakarta, I. I., & Bani Purnama, N. (2004). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN WAJIB PAJAK TERHADAP KUALITAS LAYANAN KANTOR PELAYANAN PAJAK YOGYAKARTA DUA (Vol. 7, Issue 1).
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Metode Penelitian. Metode Penelitian, 22–34.
- Surjana, F., Purba, J. T., & Budiono, S. (2021). Evaluation of Brand Communication and Service Performance toward Brand Loyalty through Brand Trust as the Mediation Variables of Bank's Customers. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 1328–1336.
- Valarie A Zeithaml, A Parasuraman, & Leonard L Berry. (2000). Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study. . *Journal of Marketing* .
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. In *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 30, Issue 4, pp. 362–375). <https://doi.org/10.1177/009207002236911>