

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata pencapaian sebesar 69%, sanksi pajak 73%, pemahaman pajak 77% dan kepatuhan wajib pajak 77%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen berada pada kategori baik.
2. Kualitas pelayanan pajak reklame (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame (Y) pada Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Kupang dengan perbandingan nilai t hitung $1,216 < t \text{ tabel } 1,983$ dengan batas signifikansi $0,227 > 0,05$. Artinya jika kualitas pelayanan semakin tinggi maka kepatuhan wajib pajak semakin meningkat, sehingga H1 ditolak.
3. Sanksi pajak reklame (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame (Y) dengan perbandingan nilai t hitung $2,930 > t \text{ tabel } 1,983$ dengan batas signifikansi $0,004 < 0,05$. Artinya sanksi pajak reklame semakin tinggi, kepatuhan wajib pajak reklame pun meningkat maka H2 diterima.
4. Pemahaman pajak reklame (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame (Y) dengan perbandingan t hitung $11,626 > t \text{ tabel } 1,983$ dengan batas signifikansi $0,000 > 0,05$. Artinya jika pemahaman perpajakan meningkat maka kepatuhan wajib pajak juga

meningkat maka H3 diterima.

5. Kualitas pelayanan pajak (X1), sanksi pajak (X2) dan pemahaman perpajakan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame (Y), hal ini dibuktikan dengan hasil hitung f hitung $54,016 > f$ tabel $3,091$ dan nilai signifikansi $0,000 > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa model regresi memiliki tingkat kesesuaian model yang baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pajak reklame, sanksi pajak reklame dan pemahaman pajak reklame berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame secara simultan. Hal ini berarti Hipotesis empat (H4) diterima.
6. Variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar $61,6\%$ terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, sedangkan sisanya $38,4\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Dari kesimpulan di atas, maka pihak Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Kupang agar meningkatkan kepuasan wajib pajak reklame yang berujung pada peningkatan kepatuhan wajib pajak reklame dalam membayar pajak dengan melakukan langkah-langkah, sebagai berikut:

1. Bagi Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Kupang diharapkan untuk lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan pajak lebih khusus pada pelayanan pajak reklame agar para wajib pajak mau melaporkan SPT dan mau menyewakan reklamenya, hal ini dikarenakan dalam penelitian ini kualitas pelayanan pajak reklame X1 berpengaruh tidak

signifikan.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu kualitas pelayanan pajak, sanksi pajak dan pemahaman pajak reklame memiliki pengaruh sebesar 61, 6% sehingga pihak Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Kupang dapat mengantisipasi terjadinya ketidak patuhan para wajib pajak reklame.