

Pengaruh E-Samsat, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Desa Cibinong

Jauhara Najla¹, Siti Asmonah²

^{1,2} Program Studi Akuntansi Perpajakan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia

Article History

Received : 8 Juli 2026
Revised : 18 Juli 2026
Accepted : 26 Agustus 2026
Published : 29 Agustus 2026

Corresponding author*:

Jauhara Najla

Contact:

syahidaelsyahid@gmail.com

Cite This Article: (APA 6th)

Najla, J., & Asmonah, S. (2026). Pengaruh E-Samsat, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Desa Cibinong. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 6(02), 103–110.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jaman.v6i02.3051>

Abstract: The digitalization of Motor Vehicle Tax (MVT) payments through E-Samsat facilitates transactions, but technological convenience may not necessarily be the primary driver of taxpayers' payment motivation. Previous studies have predominantly examined tax compliance, leaving limited evidence on payment motivation integrating E-Samsat use, taxpayer awareness, and service quality. **Objective:** This study aimed to analyze the effects of E-Samsat use, taxpayer awareness, and service quality on MVT payment motivation among residents of Cibinong Village. **Method:** A quantitative explanatory design involved 100 respondents. Data were collected through an online Likert-scale questionnaire and analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination with SPSS 27. **Findings:** The model was significant ($F = 91.812$; $p < 0.001$; $R^2 = 0.742$). E-Samsat use was not significant ($\beta = 0.165$; $p = 0.119$), whereas taxpayer awareness ($\beta = 0.497$; $p < 0.001$) and service quality ($\beta = 0.255$; $p = 0.006$) were positive and significant. **Implications:** Taxpayer education and service quality should be strengthened alongside E-Samsat optimization. **Originality:** The study integrates technological, individual-awareness, and service factors to explain MVT payment motivation in Cibinong Village. **Keywords:** E-Samsat; taxpayer awareness; service quality; tax payment motivation; motor vehicle tax.

Abstrak: Digitalisasi pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) melalui E-Samsat mempermudah transaksi, tetapi kemudahan teknologi belum tentu menjadi faktor utama yang mendorong motivasi wajib pajak. Penelitian terdahulu lebih banyak mengkaji kepatuhan pajak sehingga bukti mengenai motivasi pembayaran yang mengintegrasikan E-Samsat, kesadaran wajib pajak, dan kualitas pelayanan masih terbatas. **Objective:** Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh E-Samsat, kesadaran wajib pajak, dan kualitas pelayanan terhadap motivasi membayar PKB pada masyarakat Desa Cibinong. **Method:** Penelitian kuantitatif eksplanatori melibatkan 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berskala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan SPSS 27. **Findings:** Model signifikan ($F = 91,812$; $p < 0,001$; $R^2 = 0,742$). E-Samsat tidak signifikan ($\beta = 0,165$; $p = 0,119$), sedangkan kesadaran wajib pajak ($\beta = 0,497$; $p < 0,001$) dan kualitas pelayanan ($\beta = 0,255$; $p = 0,006$) berpengaruh positif dan signifikan. **Implications:** Edukasi perpajakan dan kualitas pelayanan perlu diperkuat disertai optimalisasi E-Samsat. **Originality:** Penelitian mengintegrasikan faktor teknologi, kesadaran individual, dan pelayanan untuk menjelaskan motivasi pembayaran PKB dalam konteks Desa Cibinong.

Kata Kunci: E-Samsat; kesadaran wajib pajak; kualitas pelayanan; motivasi membayar pajak; Pajak Kendaraan Bermotor.

PENDAHULUAN

Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) merupakan salah satu pajak daerah yang berperan dalam mendukung penerimaan daerah dan pembiayaan pelayanan publik. Peningkatan kebutuhan pelayanan administrasi kendaraan bermotor mendorong pemerintah daerah menyediakan mekanisme pembayaran yang lebih mudah, cepat, transparan, dan dapat diakses masyarakat. Transformasi tersebut diwujudkan antara lain melalui E-Samsat sebagai alternatif pembayaran PKB berbasis elektronik yang dapat mengurangi waktu tunggu, meningkatkan fleksibilitas pembayaran, dan mengurangi kebutuhan wajib pajak untuk datang langsung ke kantor Samsat (Afianto, 2023; Ridwal, 2022; Walo et al., 2021). Namun, ketersediaan sistem pembayaran digital belum dengan sendirinya menjamin terbentuknya motivasi untuk memenuhi kewajiban perpajakan karena perilaku pembayaran juga berkaitan dengan kesadaran, pengetahuan, kondisi ekonomi, dan pengalaman pelayanan (Malau et al., 2021; Sari & Supadmi, 2021). Kualitas pelayanan yang cepat,

akurat, responsif, transparan, dan memberikan kepastian juga berpotensi membentuk persepsi positif terhadap pelayanan Samsat dan mengurangi hambatan administratif dalam pembayaran PKB (Astuti et al., 2022; Ramadhan & Atmaja, 2024).

Penelitian terdahulu telah menguji berbagai faktor yang berkaitan dengan perilaku wajib pajak kendaraan bermotor, tetapi menunjukkan fokus dan hasil empiris yang beragam. Megayani dan Noviani (2021) mengkaji program E-Samsat, Samsat keliling, dan kepuasan wajib pajak terhadap kepatuhan pembayaran PKB, sedangkan Oktavianingrum et al. (2021) menguji penerapan sistem informasi E-Samsat Jawa Barat terhadap kepatuhan wajib pajak. Hubungan penerapan E-Samsat dengan kepatuhan juga dikaji oleh Herawati dan Hidayat (2022), Hendriawan dan Sofianty (2022), Insanny et al. (2023), serta Haryanto dan Lingga (2024). Dari sisi individual, kesadaran wajib pajak ditempatkan sebagai faktor penting dalam mendorong pemenuhan kewajiban perpajakan (Hapsari & Utami, 2024; Malau et al., 2021; Wardani & Rumiyatun, 2020). Sementara itu, kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap layanan juga dikaitkan dengan perilaku wajib pajak (Widya Paramitha & Supadmi, 2020; Wardani & Juliansya, 2018). Prasetyo et al. (2023) secara lebih spesifik menghubungkan penerapan E-Samsat dengan motivasi membayar PKB, sedangkan Wilander (2023) menunjukkan relevansi kualitas sistem dan penggunaan aplikasi dalam perilaku wajib pajak.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak menempatkan kepatuhan wajib pajak sebagai variabel dependen, sementara kajian yang secara khusus menjelaskan motivasi membayar PKB masih relatif terbatas. Selain itu, faktor teknologi, faktor internal wajib pajak, dan faktor pelayanan sering diuji secara terpisah atau dengan kombinasi variabel yang berbeda. Kondisi tersebut menyisakan kesenjangan mengenai bagaimana penggunaan E-Samsat, kesadaran wajib pajak, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berkaitan dengan motivasi pembayaran PKB. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi tiga dimensi, yaitu teknologi melalui penggunaan E-Samsat, faktor individual melalui kesadaran wajib pajak, dan faktor pelayanan melalui kualitas pelayanan, dengan motivasi membayar PKB sebagai outcome pada konteks masyarakat Desa Cibinong. Perspektif Technology Acceptance Model digunakan terutama untuk menjelaskan dimensi penerimaan teknologi melalui manfaat dan kemudahan penggunaan, sedangkan kesadaran dan kualitas pelayanan melengkapi model melalui aspek individual dan pengalaman pelayanan (Suryadi et al., 2024; Wilander, 2023).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi E-Samsat, kesadaran wajib pajak, dan kualitas pelayanan terhadap motivasi membayar Pajak Kendaraan Bermotor pada masyarakat Desa Cibinong, baik secara parsial maupun simultan. Secara khusus, penelitian mengevaluasi apakah penggunaan E-Samsat sebagai fasilitas pembayaran digital berkaitan dengan peningkatan motivasi pembayaran, apakah kesadaran wajib pajak mendorong motivasi internal untuk memenuhi kewajiban PKB, dan apakah kualitas pelayanan memperkuat motivasi melalui pengalaman pelayanan yang lebih baik. Hasil penelitian diharapkan memperluas kajian mengenai motivasi pembayaran PKB serta memberikan masukan bagi penyelenggara pelayanan pajak kendaraan bermotor dalam mengintegrasikan optimalisasi layanan digital, edukasi perpajakan, dan peningkatan kualitas pelayanan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi E-Samsat, kesadaran wajib pajak, dan kualitas pelayanan terhadap motivasi membayar Pajak Kendaraan Bermotor (PKB). Penelitian dilaksanakan pada wilayah pelayanan SAMADES Desa Cibinong selama Juni-Juli 2026. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada wajib pajak kendaraan bermotor. Sebanyak 100 responden berpartisipasi dan datanya digunakan dalam analisis. Unit analisis penelitian adalah individu wajib pajak kendaraan bermotor pada wilayah penelitian.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner berskala Likert dan terdiri atas 24 butir pernyataan yang merepresentasikan empat variabel. Variabel dependen adalah motivasi membayar PKB (Y), sedangkan variabel independen terdiri atas penggunaan aplikasi E-Samsat (X1), kesadaran wajib pajak (X2), dan kualitas pelayanan (X3). Masing-masing variabel diukur menggunakan enam butir pernyataan. Motivasi membayar PKB mengacu pada Megayani dan Noviani (2021). Penggunaan E-Samsat mencakup kemudahan penggunaan, efisiensi waktu, fleksibilitas akses, keamanan transaksi, kepuasan penggunaan, dan persepsi terhadap kesulitan penggunaan aplikasi. Kesadaran wajib pajak mengacu pada Hapsari dan Utami (2024), sedangkan kualitas pelayanan mengacu pada Ramadhan dan Atmaja (2024).

Kualitas instrumen dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas. Validitas item diuji menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel pada taraf signifikansi 5%. Dengan 100 responden, nilai r tabel yang digunakan dalam naskah adalah 0,197; item dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha untuk menilai konsistensi internal jawaban responden. Sebelum regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi normalitas residual menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, multikolinearitas berdasarkan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), serta heteroskedastisitas berdasarkan pola penyebaran residual pada scatterplot.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 27. Pengujian hipotesis menggunakan regresi linear berganda dengan model $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$, dengan Y sebagai motivasi membayar PKB; α sebagai konstanta; X_1 sebagai penggunaan aplikasi E-Samsat; X_2 sebagai kesadaran wajib pajak; X_3 sebagai kualitas pelayanan; β_1 , β_2 , dan β_3 sebagai koefisien regresi; serta ε sebagai error term. Uji t digunakan untuk mengevaluasi signifikansi koefisien masing-masing variabel independen, sedangkan uji F digunakan untuk mengevaluasi signifikansi model secara simultan. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menunjukkan proporsi variasi motivasi membayar PKB yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Keputusan statistik ditetapkan pada $\alpha = 0,05$.

Analisis dilakukan secara berurutan mulai dari evaluasi instrumen, pengujian asumsi regresi, estimasi regresi linear berganda, pengujian koefisien secara parsial, pengujian model secara simultan, hingga evaluasi koefisien determinasi. Struktur analisis tersebut digunakan untuk mengevaluasi kontribusi penggunaan E-Samsat, kesadaran wajib pajak, dan kualitas pelayanan terhadap motivasi membayar PKB, baik secara individual maupun bersama-sama. Informasi mengenai jumlah populasi, teknik pengambilan sampel, dan dasar penentuan ukuran sampel tidak dicantumkan karena tidak tersedia dalam naskah sumber dan perlu dilengkapi oleh penulis apabila data tersebut tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
P1	.548***	0,197	0,000	Valid
P2	.731***	0,197	0,000	Valid
P3	.541***	0,197	0,000	Valid
P4	.557***	0,197	0,000	Valid
P5	.629***	0,197	0,000	Valid
P6	.541***	0,197	0,000	Valid
P7	.705***	0,197	0,000	Valid
P8	.480***	0,197	0,000	Valid
P9	.519***	0,197	0,000	Valid
P10	.612***	0,197	0,000	Valid
P11	.669***	0,197	0,000	Valid
P12	.456***	0,197	0,000	Valid
P13	.707***	0,197	0,000	Valid
P14	.607***	0,197	0,000	Valid
P15	.612***	0,197	0,000	Valid
P16	.613***	0,197	0,000	Valid
P17	.585***	0,197	0,000	Valid
P18	.491***	0,197	0,000	Valid
P19	.658***	0,197	0,000	Valid
P20	.669***	0,197	0,000	Valid
P21	.576***	0,197	0,000	Valid
P22	.681***	0,197	0,000	Valid
P23	.529***	0,197	0,000	Valid
P24	.349***	0,197	0,000	Valid

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 27, 2026.

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan metode *Pearson Product Moment* terhadap 24 butir pernyataan dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, diperoleh nilai r hitung seluruh item yang berada

di atas nilai r tabel sebesar 0,197. Nilai r hitung terendah sebesar 0,349, sehingga seluruh butir pernyataan memenuhi kriteria validitas pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian, seluruh item P1 sampai P24 dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.62289382
Most Extreme Differences	Absolute		.088
	Positive		.088
	Negative		-.054
Test Statistic			.088
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.052
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.050
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.044
		Upper Bound	.056

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.

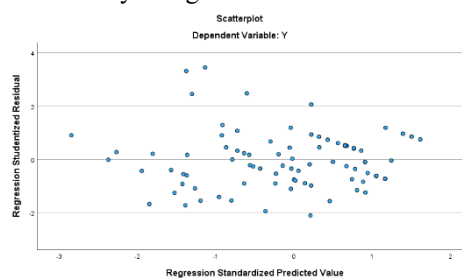
Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai *Test Statistic* sebesar 0,08 dan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,052. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,052 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.470	2.036		3.177	.002		
	X11	.047	.167	.044	.282	.778	.228	4.378
	X22	.499	.146	.510	3.423	<.001	.245	4.086
	X33	.178	.141	.169	1.265	.209	.303	3.301

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, variabel Penggunaan Aplikasi E-Samsat (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,228 dan VIF sebesar 4,378, variabel Kesadaran Wajib Pajak (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,245 dan VIF sebesar 4,086, sedangkan variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,303 dan VIF sebesar 3,301. Seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut



Gambar 1. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan Gambar 1, titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Pola tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas yang jelas berdasarkan pemeriksaan scatterplot, sehingga model dapat dilanjutkan untuk analisis regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Samsat, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.586	1.494		.392	.696
	PENGUNAAN APLIKASI E-SAMSAT	.186	.118	.165	1.573	.119
	KESADARAN WAJIB PAJAK	.502	.103	.497	4.895	<.001
	KUALITAS PELAYANAN	.278	.099	.255	2.799	.006

a. Dependent Variable: MOTIVASI MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 27, 2026.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan $Y = 0,586 + 0,186X_1 + 0,502X_2 + 0,278X_3 + \varepsilon$. Nilai konstanta sebesar 0,586 menunjukkan nilai dasar Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor ketika variabel Penggunaan Aplikasi E-Samsat, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan dianggap tetap. Penggunaan Aplikasi E-Samsat memiliki koefisien sebesar 0,186, yang berarti semakin baik pemanfaatan E-Samsat, semakin tinggi pula motivasi wajib pajak untuk membayar pajak kendaraan bermotor. Kesadaran Wajib Pajak memiliki koefisien sebesar 0,502 dan menjadi koefisien terbesar dalam model, sehingga menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak memberikan kontribusi paling kuat terhadap peningkatan motivasi membayar pajak. Sementara itu, Kualitas Pelayanan memiliki koefisien sebesar 0,278, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang semakin baik juga dapat meningkatkan motivasi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya. Secara keseluruhan, ketiga variabel memiliki arah hubungan positif terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor.

Berdasarkan hasil uji t, variabel Penggunaan Aplikasi E-Samsat (X_1) memperoleh nilai t hitung sebesar 1,573 dengan nilai signifikansi sebesar 0,119. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel sekitar 1,985 dan nilai signifikansi $0,119 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dengan demikian, Penggunaan Aplikasi E-Samsat tidak berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor.

Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,895 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel sekitar 1,985 dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian, Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor. Nilai *standardized beta* sebesar 0,497 juga menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling kuat dalam model.

Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,799 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel sekitar 1,985 dan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor.

Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	.742	.733	1.874

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, PENGGUNAAN APLIKASI E-SAMSAT

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square sebesar 0,742. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel Kualitas Pelayanan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Penggunaan Aplikasi E-Samsat dalam menjelaskan variasi variabel Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor adalah sebesar 74,2% (tergolong kuat karena mendekati angka 1). Sementara itu, sisanya sebesar 25,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Samsat, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar 91,812, lebih besar daripada F tabel sebesar 2,70, dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Dengan demikian, Penggunaan Aplikasi E-Samsat, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor pada masyarakat Desa Cibinong. Hasil tersebut menunjukkan bahwa motivasi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor terbentuk dari kombinasi kemudahan teknologi, kesadaran individu, dan kualitas pelayanan yang diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan motivasi membayar pajak tidak cukup hanya mengandalkan satu aspek. Kemudahan layanan digital perlu didukung oleh kesadaran wajib pajak yang baik serta pelayanan yang mampu memberikan rasa aman dan nyaman. Hasil penelitian ini sejalan dengan Widya Paramitha dan Supadmi (2020) yang menunjukkan pentingnya penerapan E-Samsat dan kualitas pelayanan dalam mendukung perilaku wajib pajak. Dengan demikian, pemerintah daerah perlu mengintegrasikan digitalisasi layanan dengan peningkatan edukasi perpajakan dan kualitas pelayanan agar motivasi masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakannya semakin meningkat.

Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Samsat terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor

Berdasarkan hasil uji parsial, Penggunaan Aplikasi E-Samsat memperoleh nilai t hitung sebesar 1,573 dengan nilai signifikansi 0,119. Nilai t hitung tersebut lebih kecil daripada t tabel sebesar sekitar 1,985, sedangkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, Penggunaan Aplikasi E-Samsat tidak berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor. Meskipun koefisien regresinya bernilai positif sebesar 0,186, pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan E-Samsat lebih berperan sebagai fasilitas yang memberikan kemudahan dalam pembayaran daripada sebagai faktor utama yang membentuk motivasi wajib pajak. Wajib pajak yang telah memiliki dorongan kuat untuk membayar pajak kemungkinan tetap memenuhi kewajibannya, baik melalui E-Samsat maupun melalui layanan pembayaran lainnya. Kondisi ini juga dapat menunjukkan bahwa pemanfaatan E-Samsat belum sepenuhnya optimal karena masih terdapat masyarakat yang lebih terbiasa menggunakan layanan Samsat secara langsung. Oleh karena itu, peningkatan sosialisasi, kemudahan penggunaan, stabilitas sistem, dan pemahaman masyarakat mengenai manfaat E-Samsat masih diperlukan agar layanan digital tersebut dapat memberikan dampak yang lebih kuat terhadap motivasi membayar pajak.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak memperoleh nilai t hitung sebesar 4,895 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor. Selain itu, nilai standardized coefficient beta sebesar 0,497 merupakan yang terbesar dibandingkan variabel independen lainnya, sehingga kesadaran wajib pajak merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling kuat dalam model penelitian.

Hasil ini menunjukkan bahwa motivasi masyarakat Desa Cibinong dalam memenuhi kewajiban perpajakan terutama berasal dari kesadaran pribadi mengenai pentingnya membayar pajak. Wajib pajak yang memahami kewajibannya serta menyadari manfaat pajak bagi pembangunan cenderung memiliki dorongan yang lebih kuat untuk melakukan pembayaran secara sukarela dan tepat waktu. Kesadaran tersebut membuat pembayaran pajak tidak hanya dipandang sebagai kewajiban administratif, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab masyarakat dalam mendukung pembangunan daerah. Temuan ini memperlihatkan pentingnya edukasi dan sosialisasi perpajakan yang berkelanjutan untuk membentuk kesadaran wajib pajak. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor

Berdasarkan hasil uji parsial, Kualitas Pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 2,799 dengan nilai signifikansi 0,006. Nilai t hitung lebih besar daripada t tabel sekitar 1,985 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Membayar Pajak Kendaraan Bermotor. Koefisien regresi sebesar 0,278 menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterima wajib pajak, semakin tinggi pula motivasinya dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas interaksi antara petugas dan wajib pajak masih memiliki peran penting meskipun pelayanan perpajakan semakin terdigitalisasi. Pelayanan yang cepat, akurat, responsif, transparan, dan mampu memberikan rasa aman dapat membentuk pengalaman positif bagi masyarakat. Ketika wajib pajak merasa dilayani dengan baik dan memperoleh kepastian dalam proses pembayaran, kepercayaan terhadap layanan Samsat dapat meningkat dan selanjutnya mendorong motivasi untuk membayar pajak tepat waktu. Oleh karena itu, digitalisasi melalui E-Samsat sebaiknya tetap diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan, baik secara langsung maupun melalui kanal digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi E-Samsat, kesadaran wajib pajak, dan kualitas pelayanan secara simultan membentuk model yang signifikan dalam menjelaskan motivasi membayar Pajak Kendaraan Bermotor pada masyarakat Desa Cibinong. Model mampu menjelaskan 74,2% variasi motivasi membayar PKB ($R^2 = 0,742$). Secara parsial, penggunaan E-Samsat memiliki arah positif tetapi tidak signifikan ($\beta = 0,165$; $p = 0,119$), sedangkan kesadaran wajib pajak ($\beta = 0,497$; $p < 0,001$) dan kualitas pelayanan ($\beta = 0,255$; $p = 0,006$) berhubungan positif dan signifikan dengan motivasi membayar PKB. Di antara prediktor yang diuji, kesadaran wajib pajak memiliki standardized coefficient terbesar dalam model penelitian.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan motivasi pembayaran PKB perlu didukung oleh penguatan edukasi dan kesadaran perpajakan serta peningkatan kualitas pelayanan, sementara E-Samsat tetap perlu dioptimalkan sebagai fasilitas pembayaran yang mudah dan efisien. Karena penelitian terbatas pada 100 responden di wilayah SAMADES Desa Cibinong, generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati. Penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah dan jumlah responden serta mempertimbangkan faktor lain, seperti pengetahuan perpajakan, sanksi perpajakan, kondisi ekonomi, kepercayaan terhadap pemerintah, dan kepuasan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Afianto, T. (2023). Digitalisasi pelayanan publik dan dampaknya terhadap kepatuhan pajak di era modern. *Jurnal Administrasi Publik*, 11(3), 112–125.
- Astuti, D. R., Ridwan, R., Prayoga, C. J., & Isnawati, I. (2022). Pengaruh pelayanan fiskus terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor: Studi empiris di Desa Sukanagara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 641–650. doi:10.37641/jiakes.v10i3.2484
- Hapsari, D., & Utami, W. (2024). Pengukuran indikator kesadaran wajib pajak dalam penelitian empiris perpajakan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 45–58.
- Haryanto, D. A., & Lingga, I. S. (2024). Pengaruh penerapan E-Samsat dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Riset Akuntansi Politika*, 7(1), 28–39. doi:10.34128/jra.v7i1.181
- Hendriawan, A. S., & Sofianty, D. (2022). Pengaruh kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan dan penerapan E-Samsat terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2(1), 568–574.

- Herawati, L. N., & Hidayat, V. S. (2022). Pengaruh penerapan E-Samsat dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor: Studi kasus pada wajib pajak di Samsat Kota Cimahi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(1), 50–59. doi:10.26740/jpak.v10n1.p50-59
- Insanny, A. N., Sofianty, D., & Mardini, R. (2023). Pengaruh pengetahuan perpajakan dan penerapan program E-Samsat terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Riset Akuntansi*, 3(1), 11–16. doi:10.29313/jra.v3i1.1761
- Malau, Y. N., Theresia, L. G., Ehtri, N. G., & Chesya, J. (2021). Pengaruh kesadaran wajib pajak, pengetahuan pajak, sanksi pajak dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kota Medan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 552–557.
- Megayani, N. K. M., & Noviani, N. (2021). Pengaruh program E-SAMSAT, SAMSAT keliling, dan kepuasan wajib pajak pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(8), 1936–1946. doi:10.24843/EJA.2021.v31.i08.p05
- Oktavianingrum, D., Surya, R. T., & Apriliawati, Y. (2021). Pengaruh penerapan sistem informasi online E-Samsat Jabar terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor: Studi kasus pada Kantor Samsat Kota Bandung I Pajajaran. *Indonesian Accounting Research Journal*, 1(2), 244–252.
- Prasetyo, H., Herawati, N., & Auliyah, R. (2023). Pengaruh penerapan E-SAMSAT, tingkat ekonomi, dan biro jasa terhadap motivasi membayar pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan (JIAKu)*, 2(4), 355–368. doi:10.24034/jiaku.v2i4.6099
- Ramadhan, A., & Atmaja, J. (2024). Indikator dan dimensi kualitas pelayanan Samsat fisik. *Jurnal Administrasi Publik*, 15(1), 77–88.
- Ridwal. (2022). Efektivitas layanan aplikasi Samsat Mobile Jawa Barat dalam upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor pada masa pandemi COVID-19 di Kota Bekasi. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 9(1), 32–40.
- Sari, N. P., & Supadmi, N. L. (2021). Pengaruh kesadaran wajib pajak dan kondisi ekonomi terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 31(8), 2001–2012.
- Simanjuntak, O. D. P., & Sucipto, T. N. (2018). Pengaruh motivasi membayar pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Petisah. *Jurnal Mutiara Akuntansi*, 3(2).
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Suryadi, et al. (2024). Perilaku wajib pajak dalam adopsi teknologi pembayaran elektronik. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis*, 12(2), 160–174.
- Tofani, M., & Jamaaluddin. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif untuk ilmu sosial dan teknik*. Pustaka Media.
- Walo, et al. (2021). Pengaruh penerapan E-Samsat dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Riset Akuntansi Politika*, 7(1), 28–39.
- Wardani, D. K., & Juliansya, F. (2018). Pengaruh program E-Samsat terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan kepuasan kualitas pelayanan sebagai variabel intervening: Studi kasus Samsat Daerah Istimewa Yogyakarta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 15(2), 79–92. doi:10.31316/akmenika.v15i2.999
- Wardani, D. K., & Rumiyyatun. (2020). Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kesadaran wajib pajak sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 22(1), 33–45.
- Widya Paramitha, N. L., & Supadmi, N. L. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kewajiban moral, dan penerapan sistem E-Samsat pada kepatuhan wajib pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 30(10), 2510–2523.
- Wilander, J. (2023). The influence of socialization, application system quality, application usage knowledge, and the use of the E-Samsat application as a mediation variable on motor vehicle taxpayer compliance: Case study in Bekasi City. *Tax Accounting Applied Journal*, 2(2), 1–11. doi:10.14710/taaj.2023.20020