

# MODERASI KESADARAN WAJIB PAJAK PADA PENGARUH SOSIALISASI DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Michael JUSTIN<sup>1\*</sup>, Rizka Indri ARFIANTI<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Departemen Akuntansi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta, Indonesia.

<sup>1</sup>Alamat Email: michaeljustin165@gmail.com

<sup>2</sup>Alamat Email: rizka.indri@kwikkiangie.ac.id

\*Penulis Korespondensi

**Abstrak:** Pada tahun 2022, masih banyak kasus dimana wajib pajak orang pribadi usahawan tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan benar sehingga perlu dilakukan pendalaman terhadap faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan baik berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung dengan dimediasi kesadaran wajib pajak pada Pusat Grosir Cililitan Jakarta Timur. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Non-Probability Sampling dengan kategori pengambilan sampel bertujuan. Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden. Penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi, uji  $R^2$ , uji F, uji t, uji analisis jalur, dan uji sobel dengan bantuan program IBM SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak; sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak; sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak; sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak; kesadaran wajib pajak tidak dapat memediasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak; dan kesadaran wajib pajak dapat memediasi pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

**Kata Kunci:** Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak

**Cara Mengutip:** Justin, M., & Arfianti, RI. (2023). MODERASI KESADARAN WAJIB PAJAK PADA PENGARUH SOSIALISASI DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK. *Jurnal Akuntansi*, XX(X), X-X

## 1. PENDAHULUAN

Perlakuan sistem perpajakan di Indonesia sudah menerapkan *self-assessment* (diatur dalam Pasal 12 ayat (1) UU KUP) dimana wajib pajak secara mandiri harus menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya sehingga kepatuhan wajib pajak menjadi aspek penting. Tercatat berdasarkan data Direktorat Jenderal Pajak (DJP) rasio kepatuhan wajib pajak terus meningkat dari tahun 2018 sampai 2021 dimana tahun 2021 mencatat rasio kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan SPT tahunan mencapai 84,07% (Dhini, 2022). Pada tahun 2022, tercatat rasio kepatuhan wajib pajak dalam menyampaikan SPT tahunan hanya mencapai 83,2% (Wildan, 2023). Bila dibandingkan dengan 2021, total wajib pajak yang menyampaikan SPT tahunan pada 2022 mengalami penurunan kurang lebih 100 ribu wajib pajak atau kurang lebih sebesar 0,6%.

Jika dilihat lebih khusus terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan, besar rasio kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan tahun 2019 (tahun sebelum pandemi Covid-19) mencapai 75,93% (Wildan, 2022). Bila dibandingkan dengan rasio kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan tahun 2022 (tahun sesudah pandemi Covid-19) masih belum mampu mencapai



75,93% dimana besar rasionya hanya mencapai 60,4%. Sehingga pada tahun 2022, masih banyak sekali kasus dimana wajib pajak orang pribadi usahawan tidak melakukan kewajiban perpajakannya dengan benar. Diperlukan pendalaman terhadap faktor yang berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak sebagai upaya meningkatkan rasio kepatuhan wajib pajak dan penerimaan perpajakan negara.

Kepatuhan wajib pajak dapat diartikan sebagai suatu situasi dimana wajib pajak memenuhi seluruh tanggung jawab perpajakannya dan menggunakan hak perpajakannya (Nurmantu, 2003 dalam Salman & Tjaraka, 2019). Dengan wajib pajak melaksanakan kewajiban perpajakannya sebagai bentuk kepatuhan wajib pajak, maka penerimaan perpajakan negara akan meningkat. Dalam hal ini, faktor eksternal dan internal wajib pajak itu sendiri yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi perpajakan sebagai faktor eksternal yang berada diluar diri wajib pajak dalam bidang perpajakan ialah hal penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak dapat memahami dan mengetahui ketentuan perpajakan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui sosialisasi perpajakan. Hal ini membuat wajib pajak patuh dan sadar akan kewajibannya untuk menyetor dan melaporkan kewajiban perpajakannya secara berkala, sehingga sosialisasi perpajakan berperan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Lianty & Kurnia, 2017).

Bagi wajib pajak yang melanggar hukum, sanksi merupakan hukuman negatif. Sanksi perpajakan sebagai faktor eksternal yang mampu memengaruhi wajib pajak melaksanakan kewajiban perpajakannya sebagai bentuk kepatuhan wajib pajak. Sanksi perpajakan merupakan jaminan untuk menegakkan kewajiban wajib pajak dan memaksa wajib pajak untuk membayar pajak dengan bertindak sebagai pencegah dan menghukum setiap wajib pajak yang melanggar hukum.

Kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi niat dimana niat diungkapkan melalui kesadaran wajib pajak. Kesadaran wajib pajak juga sebagai faktor internal yang berasal dari dalam diri wajib pajak yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Manuputty & Sirait (2016) menegaskan bahwa karena wajib pajak diwajibkan untuk mengisi sendiri SPT tahunan mereka dan menyampaikannya, sehingga melaksanakan sistem perpajakan ini membutuhkan kesadaran dan kesungguhan dari wajib pajak itu sendiri.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Theory of Planned Behavior

*Theory of Planned Behavior* dikemukakan pertama kali oleh Ajzen (1991) dimana teori ini menjelaskan bahwa adanya niat untuk berperilaku dapat menimbulkan perilaku yang ditampilkan oleh individu. Hubungan teori dengan penelitian ini adalah niat wajib pajak untuk berperilaku tidak patuh atau patuh terhadap kewajiban perpajakannya memengaruhi bagaimana perilaku wajib pajak itu sendiri. Kepatuhan wajib pajak akan terbentuk jika wajib pajak memiliki niat untuk memenuhi tanggung jawab perpajakannya.

### 2.2 Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Penelitian ini mengadopsi teori atribusi yang pertama kali dikemukakan oleh Fritz Heider. Menurut Heider (1958), teori atribusi menjelaskan proses atribusi untuk memahami mengapa suatu peristiwa atau perilaku tersebut terjadi berasumsi situasional (terkait kondisi eksternal) atau disposisional (terkait kondisi internal). Teori atribusi dipakai dalam penelitian ini, sesuai dengan penjelasan bahwa tindakan atau sikap untuk meninggikan kepatuhan wajib pajak berkaitan dengan pandangan seseorang dalam membentuk penilaian tentang sesuatu sungguh dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun internal dari wajib pajak itu sendiri.



### 2.3 Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi dimana wajib pajak memenuhi seluruh kewajiban perpajakan dan melakukan hak perpajakannya (Safri, 2005). Menurut Prakoso et al. (2019), kepatuhan seseorang wajib pajak dalam melakukan kewajiban membayar pajak menjadi aspek penting bagi sebuah negara dalam menjalankan pembangunan. Dapat disimpulkan bahwa kepatuhan perpajakan sebagai kesanggupan wajib pajak untuk melakukan kewajiban dan hak perpajakannya selaras dengan peraturan yang berlaku yang menjadi faktor penting bagi suatu negara dalam menjalankan pembangunan.

### 2.4 Sosialisasi Perpajakan

Menurut Muhamad et al. (2019), Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menggunakan Teknik yang disebut sosialisasi perpajakan untuk membagikan informasi, mendidik, dan memberikan penyuluhan kepada masyarakat khususnya wajib pajak tentang peraturan perpajakan. Menurut Faizin (2016), sosialisasi perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu cara yang dilakukan oleh DJP menggunakan berbagai saluran untuk menyebarkan informasi tentang semua undang-undang dan kegiatan yang berhubungan dengan perpajakan sehingga semua orang dapat berpartisipasi, terutama wajib pajak orang pribadi dan badan.

### 2.5 Sanksi Perpajakan

Menurut Mardiasmo (2019), sanksi perpajakan merupakan jaminan agar undang-undang perpajakan atau norma perpajakan dipatuhi, atau sanksi perpajakan juga dijelaskan sebagai strategi untuk mencegah pembayar pajak tidak mematuhi undang-undang perpajakan. Menurut Rahayu (2020), wajib pajak yang dikenai sanksi pajak merupakan wajib pajak yang melakukan pelanggaran peraturan perpajakan, dimana pengenaan sanksi pajak dilakukan melalui prosedur yang telah ditetapkan dan ketentuan sanksi pajak berlaku untuk semua wajib pajak.

### 2.6 Kesadaran Wajib Pajak

Menurut Danarsi (2017), kesadaran wajib pajak adalah kesiapan wajib pajak untuk berkontribusi dana sebagai bentuk pelaksanaan fungsi perpajakan berupa pembayaran pajak akurat dan tepat waktu. Menurut Puspita (2014), kesadaran wajib pajak terhadap perpajakan merupakan perasaan bahwa wajib pajak memiliki tanggung jawab untuk membayar pajak secara jujur dan bebas dari segala bentuk paksaan. Adanya pengetahuan dan pemahaman milik wajib pajak tentang perpajakan mampu membentuk kesadaran wajib pajak.

### 2.7 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Menurut Faizin (2016), sosialisasi perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu cara yang dilakukan oleh direktorat jenderal pajak menggunakan berbagai saluran untuk menyebarkan informasi tentang semua undang-undang dan kegiatan yang berhubungan dengan perpajakan sehingga semua orang dapat berpartisipasi, terutama wajib pajak orang pribadi dan badan. Strategi sosialisasi yang dilakukan oleh Dirjen Pajak menurut Winerungan (2013) antara lain melalui beberapa cara, yaitu pendekatan pribadi (*lobbying*), kegiatan (*event*), keterlibatan komunitas (*community involvement*), publikasi (*publication*), pemberitaan (*news*), dan pencantuman identitas (*identity*). Semakin banyak wujud sosialisasi perpajakan yang dilaksanakan terhadap wajib pajak, akan meningkatkan informasi terkait perpajakan sehingga secara langsung akan meningkatkan kesadaran wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya. Hal ini sejalan dengan penelitian Boediono et al. (2018) dan Suharti & Hidayatulloh (2022) yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak.

$H_1$  : Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak orang pribadi usahawan



## 2.8 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Menurut Rahayu (2020), wajib pajak yang dikenai sanksi pajak merupakan wajib pajak yang melakukan pelanggaran peraturan perpajakan, dimana pengenaan sanksi pajak dilakukan melalui prosedur yang telah ditetapkan dan ketentuan sanksi pajak berlaku untuk semua wajib pajak. Menurut Mardiasmo (2019), dikenal dua macam sanksi dalam undang-undang perpajakan yaitu sanksi pidana dan administrasi. Sanksi pidana merupakan suatu alat yang mampu membuat norma perpajakan dipatuhi yang dipakai oleh fiskus (berupa siksaan atau penderitaan), dimana terdapat 3 macam sanksi pidana yaitu denda pidana, kurungan, dan penjara. Sedangkan, sanksi administrasi merupakan pemenuhan kerugian kepada negara, khususnya berupa bunga, denda, dan kenaikan. Pajak yang sifatnya memaksa menggunakan sanksi untuk mencegah orang melanggar hukum. Karena terdapat sanksi yang berat dan merepotkan, wajib pajak yang sebelumnya tidak berniat membayar pajak sekarang akan melakukannya. Sehingga wajib pajak akan sadar lebih baik dalam membayar kewajiban perpajakannya tepat waktu agar terhindar dari adanya berbagai sanksi yang memberatkan. Jadi, semakin takut wajib pajak terhadap sanksi perpajakan, maka kesadaran wajib pajak akan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian Lestari et al. (2018) yang menyatakan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran membayar pajak.

*H<sub>2</sub> : Sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak orang pribadi usahawan*

## 2.9 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Menurut Muhamad et al. (2019), direktorat jenderal pajak menggunakan teknik yang disebut sosialisasi perpajakan untuk membagikan informasi, mendidik, dan memberikan penyuluhan kepada masyarakat khususnya wajib pajak tentang peraturan perpajakan. Sosialisasi perpajakan ini dapat dilakukan lewat bermacam media yang ada, seperti media komunikasi cetak dan media audio visual. Wajib pajak dapat memahami dan mengetahui ketentuan perpajakan melalui sosialisasi perpajakan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini membuat wajib pajak patuh dan sadar akan kewajibannya untuk menyetor dan melaporkan kewajiban perpajakannya secara berkala, sehingga tingkat kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Banyaknya bentuk sosialisasi perpajakan yang diberikan pada masyarakat oleh Dirjen Pajak akan meningkatkan pemahaman masyarakat sehingga kepatuhan masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya ikut meningkat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan jumlah wajib pajak dan menciptakan kepatuhan pada wajib pajak sehingga tingkat kepatuhan wajib pajak akan ikut bertambah. Hal ini didukung dari penelitian Faizin (2016), Boediono et al. (2018), dan Suharti & Hidayatulloh (2022) yang menyatakan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

*H<sub>3</sub> : Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan*



## 2.10 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Sanksi perpajakan menurut Mardiasmo (2019), merupakan jaminan agar undang-undang perpajakan atau norma perpajakan dipatuhi, atau sanksi perpajakan juga dijelaskan sebagai strategi untuk mencegah pembayar pajak tidak mematuhi undang-undang perpajakan. Karena pajak bersifat wajib dan memaksa, maka negara menetapkan hukuman kepada wajib pajak yang tidak melakukan pelunasan pajak dan/atau dengan sengaja menolak membayar. Sanksi perpajakan dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak, diakibatkan sanksi mampu memaksa wajib pajak untuk patuh terhadap peraturan atau kesepakatan. Sanksi perpajakan menjadi jaminan bahwa wajib pajak akan melaksanakan kewajibannya dan memaksa wajib pajak untuk melakukan pembayaran pajak dengan memberikan efek jera dan hukuman bagi setiap wajib pajak yang berani melanggar, baik dikenakan sanksi administrasi dan/atau sanksi. Hal ini selaras dengan penelitian Karnedi & Hidayatulloh (2019), Mianti & Budiwitjaksono (2021), dan Gukguk (2021) yang menyatakan sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

*H<sub>2</sub>: Sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan*

## 2.11 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Menurut Danarsi (2017), kesadaran wajib pajak merupakan kesiapan wajib pajak untuk berkontribusi dana sebagai bentuk pelaksanaan fungsi perpajakan berupa pembayaran pajak akurat dan tepat waktu. Menurut Puspita (2014), kesadaran wajib pajak terhadap perpajakan merupakan perasaan bahwa wajib pajak memiliki tanggung jawab untuk membayar pajak secara jujur dan bebas dari segala bentuk paksaan. Adanya pengetahuan dan pemahaman milik wajib pajak tentang perpajakan mampu membentuk kesadaran wajib pajak. Menurut Manuputty & Sirait (2016) menegaskan bahwa karena wajib pajak diwajibkan untuk mengisi SPT tahunan mereka dan menyampaikannya, sehingga melaksanakan sistem perpajakan ini membutuhkan kesadaran dan kesungguhan dari wajib pajak itu sendiri. Wajib pajak rela membayar pajak sebagai bentuk kesadaran wajib pajak dalam mengetahui dan memahami fungsi pajak itu sendiri, dimana fungsi pajak menurut Solikhah & Suryarini (2022) dibagi menjadi 4 yaitu fungsi anggaran (*budgetair*), fungsi mengatur (*regulerend*), fungsi stabilitas, dan fungsi redistribusi pendapatan. Kesadaran wajib pajak sebagai kondisi dimana wajib pajak memahami dan menerapkan ketentuan perpajakan secara tepat dan benar dalam memberikan kontribusi kepada negara dalam hal mendanai pembangunan negara serta sebagai usaha untuk tetap taat terhadap semua peraturan negara dapat membuat wajib pajak secara ikhlas/sukarela untuk membayar tanpa adanya paksaan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak, maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya. Pernyataan ini didukung penelitian Boediono et al. (2018), Amran (2018), Setiyani et al. (2018), Ramadhanty & Zulaikha (2020), Stefanie & Sandra (2020), serta Gukguk (2021) yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

*H<sub>5</sub>: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan*

## 2.12 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui Kesadaran Wajib Pajak

Berdasarkan pendapat Muhamad et al. (2019) dan Faizin (2016), dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan merupakan strategi yang digunakan oleh Direktorat Jenderal Pajak melalui bermacam metode dalam membagikan informasi, pemahaman, dan bimbingan terkait segala peraturan dan kegiatan yang berkaitan dengan perpajakan bagi masyarakat luas khususnya wajib



pajak, baik orang pribadi atau badan. Dengan adanya sosialisasi perpajakan, wajib pajak diharapkan memahami, mengerti, menyadari, peduli, dan ikut serta dalam kewajiban menyeteror dan melaporkan kewajiban perpajakannya. Sosialisasi perpajakan diharapkan dapat memotivasi masyarakat wajib pajak sehingga berdampak pada peningkatan kesadaran wajib pajak yang menimbulkan semakin patuh wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal ini didukung penelitian sebelumnya, dimana kesadaran wajib pajak memediasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan (Boediono et al., 2018).

*H<sub>6</sub> : Kesadaran wajib pajak memediasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan*

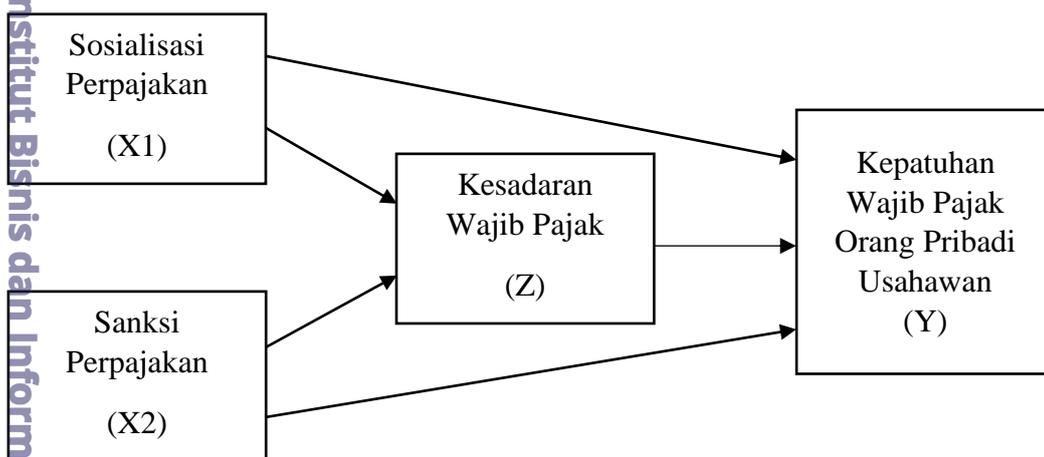
**2.13 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui Kesadaran Wajib Pajak**

Berdasarkan pendapat Mardiasmo (2019) dan Resmi (2019), dapat disimpulkan bahwa sanksi perpajakan merupakan sarana untuk mencegah wajib pajak melakukan pelanggaran terhadap peraturan pajak yang ditetapkan dalam undang-undang. Wajib pajak akan memperoleh sanksi yang memberatkan dan menyulitkan ketika terlambat dalam membayar pajak atau terlambat dalam pelaporan surat pemberitahuan tahunan (SPT).

Supaya wajib pajak tidak melanggar peraturan, wajib pajak harus sadar akan adanya sanksi. Meningkatnya kesadaran wajib pajak tentang pentingnya mematuhi peraturan perpajakan agar terhindar dari sanksi akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Pernyataan ini selaras dengan penelitian Mianti & Budiwitjaksono (2021) yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dapat dimediasi secara parsial oleh kesadaran wajib pajak.

*H<sub>7</sub> : Kesadaran wajib pajak memediasi pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan*

Gambar 1  
Diagram Kerangka Pemikiran



KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.  
 Penyalinan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Penguatipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

### 3. METODE

Objek dalam penelitian ini merupakan wajib pajak orang pribadi usahawan yang berada di Pusat Grosir Cililitan (PGC), Jakarta Timur yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan memiliki penghasilan tidak melebihi dari Rp 4.800.000.000,00 per tahun. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari tanggapan responden terhadap kuesioner yang diisi pada Januari 2023.

#### 3.1 Variabel Penelitian

##### 3.1.1 Variabel Dependen

Dalam bahasa Indonesia, variabel dependen disebut dengan variabel terikat. Variabel utama dan variabel yang paling diperhatikan oleh peneliti dalam suatu penelitian merupakan variabel dependen. Variabel terikat sering disebut dengan variabel kriteria (Sekaran & Bougie, 2017). Kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan yang menunjukkan kondisi wajib pajak telah menyelesaikan semua kewajiban perpajakannya merupakan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1  
Indikator Kepatuhan Wajib Pajak

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Kepatuhan Wajib Pajak	Kepatuhan Formal	Wajib pajak sudah terdaftar di KPP	Saya sudah mendaftarkan diri saya pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) untuk mendapatkan NPWP.
		Tepat waktu dalam melaporkan SPT	Saya mematuhi peraturan perpajakan dalam melaporkan SPT dengan tepat waktu.
		Tepat waktu dalam membayarkannya	Saya mematuhi peraturan perpajakan dalam membayar pajak tepat waktu.
	Kepatuhan Material	Mengisi SPT dengan jujur	Saya mengisi SPT sesuai dengan ketentuan undang-undang perpajakan.
		Melengkapi SPT sesuai aturan perpajakan	Saya melengkapi data persyaratan pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan peraturan pajak.
		Menghitung pajak terutang dengan benar	Saya mematuhi aturan perpajakan dalam menghitung pajak terutang dengan benar.

Sumber = Prasetyo & Arisudhana (2019)

##### 3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel bebas dalam bahasa Indonesia. Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi baik secara positif atau negatif variabel terikat. Dengan kata lain, variabel independen inilah yang menyebabkan varians pada variabel dependen. Variabel prediktor adalah nama lain dari variabel independen (Sekaran & Bougie, 2017). Sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan merupakan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.



Tabel 2  
Indikator Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan

Varibel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Sosialisasi Perpajakan	Sosialisasi Langsung	Penyuluhan secara langsung ke tempat (daerah)	Informasi perpajakan melalui acara penyuluhan pajak jelas, mudah dimengerti, dan lengkap.
		Diskusi dengan wajib pajak dan tokoh masyarakat	Saya sering bertanya kepada petugas pajak ketika mendapatkan kesulitan tentang perpajakan.
	Informasi langsung dari petugas ke wajib pajak	Petugas memberikan informasi kepada saya mengenai peraturan perpajakan secara singkat dan jelas.	
	Sosialisasi Tidak Langsung	Penyuluhan melalui media cetak dan media elektronik	Saya sering melihat dan mendengar informasi seputar perpajakan melalui media cetak dan media elektronik.
Pemasangan <i>billboard</i>		Informasi sosialisasi yang diberikan oleh petugas pajak melalui <i>billboard</i> atau spanduk yang dipasang di jalan atau tempat lain mudah ditemukan dan dimengerti.	
		<i>Website</i> ditjen pajak	Saya sering membuka dan membaca informasi seputar perpajakan melalui <i>website</i> ditjen pajak.
Sanksi Perpajakan	Sanksi administrasi dan sanksi pidana	Sanksi diperlukan untuk menanamkan disiplin kepada wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya	Sanksi pajak yang berat dan dapat menimbulkan efek jera merupakan salah satu alat untuk mendidik wajib pajak. Sanksi pajak harus dikenakan kepada semua wajib pajak yang melanggar ketentuan perpajakan tanpa adanya toleransi.
		Wajib pajak yang melanggar dikenakan sanksi yang tegas	Sanksi pajak yang ada telah diterapkan secara tegas kepada para wajib pajak yang melakukan pelanggaran. Saya setuju apabila pelanggaran pajak dalam bentuk yang sama harus dikenakan sanksi yang sama pula.
		Sanksi diterapkan sesuai dengan peraturan yang dilanggar	Saya setuju apabila setiap orang yang dengan sengaja menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) yang isinya tidak benar sehingga menimbulkan kerugian negara dikenai sanksi pidana.

(Lanjutan)



(Lanjutan)

Ketentuan dan peraturan yang relevan harus dipatuhi dalam penerapan sanksi	Sanksi pajak harus ditetapkan sesuai ketentuan yang berlaku dan tidak dapat dinegosiasi.
--	--

Sumber = Winerungan (2013) dan Fauziah &amp; Kusmuryanto (2016)

### 3.1.3 Variabel Intervening

Variabel *Intervening* merupakan variabel perantara dalam bahasa Indonesia. Variabel *intervening* adalah variabel yang muncul antara saat variabel independen mulai berdampak pada variabel dependen, dan saat dampak variabel independen dirasakan pada variabel dependen. Variabel perantara berfungsi sebagai variabel bebas yang berpengaruh serta membantu untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sekaran & Bougie, 2017). Variabel *intervening* yang digunakan dalam penelitian ini adalah kesadaran wajib pajak.

Tabel 3  
Indikator Kesadaran Wajib Pajak

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Kesadaran Wajib Pajak	Pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki wajib pajak tentang bidang perpajakan	Memahami bahwa membayar pajak merupakan salah satu cara untuk mendukung pembangunan negara	Saya membayar pajak karena pajak yang dibayarkan dapat digunakan pemerintah dalam membuka kesempatan kerja sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat.
		Pemahaman tentang dampak negatif yang serius terhadap negara dari penundaan pembayaran pajak dan penurunan beban pajak	Saya tidak pernah melakukan kecurangan dengan sengaja mengurangi jumlah pajak karena hal tersebut dapat merugikan negara. Saya sadar untuk tidak memanipulasi dan membayar pajak sesuai dengan jumlah pajak yang terutang agar tidak merugikan negara.
		Kesadaran bahwa wajib pajak menghitung, membayar, dan melaporkan secara benar dan sukarela	Saya jujur dalam melaporkan jumlah pajak dan melakukan sendiri perhitungan SPT dengan benar. Bagaimanapun kondisi keuangan saya, saya sadar untuk tetap harus membayar pajak sesuai kondisi penghasilan yang sebenarnya dan sesuai ketentuan yang berlaku.

Sumber = Gusrefika (2018)



### 3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian merupakan studi komunikasi (*communication study*). Kuesioner merupakan instrumen yang dipakai dalam pengumpulan data penelitian. Sesuai dengan batasan dan objek penelitian, peneliti membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang memenuhi kriteria sampel secara langsung. Untuk mendapatkan informasi tentang sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak, maka kuesioner yang dibagikan berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili masing-masing variabel penelitian.

### 3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini merupakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan kategori pengambilan sampel bertujuan (*purpose sampling*). Pengambilan sampel ini dibatasi untuk sekelompok orang tertentu yang dapat memberikan data yang dibutuhkan, baik karena hanya mereka yang memilikinya atau karena memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2017). Dalam penelitian ini jika jumlah populasi tidak dapat diketahui maka menurut (Hair et al., 2010) sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus 15 atau 20 kali variabel yang diteliti. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel, sehingga di dapat hasil sebagai berikut:  $20 \times 4$  (jumlah variabel) = 80. Jadi, berdasarkan perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 responden wajib pajak orang pribadi usahawan untuk mendapatkan data yang dapat mewakili seluruh populasi.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 3.4.1 Skala Pengukuran

Skala *likert* digunakan untuk mengevaluasi indikator masing-masing variabel dalam penelitian ini. Menurut Sekaran & Bougie (2017), skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk menentukan seberapa kuat subjek setuju dengan suatu pernyataan. Untuk setiap pernyataan dalam instrumen penelitian diberikan alternatif jawaban dan responden dapat menentukan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat mereka. Setiap butir pernyataan masing-masing diberikan nilai 1 sampai dengan 5. Kode (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, dan (5) sangat setuju. Pengujian akan menggunakan program IBM *Statistical Product and Service Solutions (SPSS) Version 26*.

#### 3.4.2 Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2021), statistik deskriptif menyediakan ringkasan suatu data yang dapat diperhatikan dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), varian, standar deviasi, sum, kurtosis, range, dan skewness (kemencengan distribusi). Peneliti dalam penelitian ini menyajikan ringkasan data berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan frekuensi.

#### 3.4.3 Uji Validitas & Reliabilitas

##### A. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2021), validitas kuesioner dievaluasi dengan menggunakan uji validitas. Apabila pernyataan-pernyataan pada suatu kuesioner dapat mengungkapkan informasi yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, maka dikatakan valid. Pengujian validitas memakai metode Korelasi Pearson (*Pearson Correlation*), dimana metode ini mengkorelasikan setiap item dengan item total. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka item disebut valid, apabila nilai



signifikan  $> 0,05$  maka item disebut tidak valid. Kemudian juga membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel, apabila nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, item dapat dikatakan valid dan sebaliknya.

## B. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2021), kuesioner yang menjadi indikator suatu variabel atau konstruk diukur dengan menggunakan uji reliabilitas. Jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan konstan atau stabil dari waktu ke waktu, kuesioner dikatakan dapat diandalkan. Jika responden secara konsisten menanggapi setiap pernyataan atau jika tanggapannya tidak acak, maka tanggapan tersebut dikatakan dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas diukur dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Variabel dapat dikatakan reliabel apabila menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,70$

### 3.4.4 Uji Asumsi Klasik

#### A. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2021), uji normalitas dipakai untuk mengetahui apakah terdapat kontribusi baik bagi variabel dependen maupun independen dalam model regresi, model regresi yang memiliki data berdistribusi normal atau mendekati normal merupakan model regresi yang teratur. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), yaitu dengan melihat nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* dan membandingkannya dengan tingkat kesalahan ( $\alpha = 5\%$ ). Jika *Asymp. Sig (2-tailed)*  $> 0,05$ , maka data residual berdistribusi normal.

#### B. Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2021), uji autokorelasi dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode pengambilan data dengan kesalahan pengganggu periode tahun sebelumnya. Model regresi yang tidak terjadi autokorelasi merupakan model regresi yang baik. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin Watson* (DW-Test). Uji *Durbin Watson* dilaksanakan dengan melakukan perbandingan nilai DW hitung ( $d$ ) dengan nilai dalam tabel *Durbin Watson*. Apabila hasil uji *Durbin Watson* berada dalam *range*  $dU$  (batas atas) dan  $4-dU$  ( $dU < Durbin Watson$  (DW)  $< 4-dU$ ), artinya tidak terjadi autokorelasi.

#### C. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2021), di dalam model regresi, uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya perbedaan varian dari residual antar riset satu dengan riset lainnya. Model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas merupakan model regresi yang baik. Pengukuran untuk mengetahui hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan Uji *Spearman's Rho* (Sihabudin et al., 2021). Data output dilihat pada *correlations* dengan melihat nilai probabilitas signifikansinya (*Sig. 2-tailed*) dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi (*Sig. 2-tailed*)  $> 0,05$ , maka kesimpulannya tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### D. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2021), untuk mengetahui apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel bebas (independen) digunakan uji multikolinearitas. Model regresi yang tidak ada korelasi antara variabel independen atau tidak terjadi gejala multikolinearitas merupakan



model regresi yang baik. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi dapat diperhatikan dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$  atau sama dengan nilai *VIF*  $\leq 10$ , maka menunjukkan tidak adanya multikolinieritas.

### 3.4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghazali (2021), teknik multivariat yang sering digunakan dalam riset bisnis adalah analisis regresi berganda (*Multiple regression analysis*). Analisis yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen untuk menjelaskan varians dalam variabel dependen. Persamaan model regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_1$$

$$Y = \beta_0 + \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2 + \beta_5 Z + e_2$$

Keterangan :

Z : Kesadaran Wajib Pajak

Y : Kepatuhan Wajib Pajak

X<sub>1</sub> : Sosialisasi Perpajakan

X<sub>2</sub> : Sanksi Perpajakan

$\beta_0$  : Konstanta

$\beta_1$   $\beta_5$  : Koefisien Regresi

$e_1$   $e_2$  : Error

### 3.4.6 Uji Hipotesis

#### A. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali (2021), sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen diukur dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1, jadi jika nilai  $R^2$  mendekati 1 maka variabel-variabel independennya dapat memberikan banyak informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel-variabel dependen dan sebaliknya.

#### B. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut Ghazali (2021), uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Pada uji F menguji joint hipotesis bahwa  $\beta_1$ ,  $\beta_2$ , dan  $\beta_3$ ,  $\beta_4$ ,  $\beta_5$  secara simultan sama dengan nol, dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Hasil pengujian didapatkan dengan melihat nilai *Sig.* pada tabel *ANOVA*. Jika signifikansi (*Sig.*)  $< 0,05$ , maka tolak  $H_0$ , berarti variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen (model penelitian dapat digunakan) dan sebaliknya.

#### C. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Menurut Ghazali (2021), uji t diperlukan untuk melihat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat dengan membandingkan nilai signifikansi (*Sig. 1-tailed*) pada tabel *Coefficients* dengan  $\alpha$  (5%). Kriteria pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis adalah jika signifikansi (*sig. 1-tailed*)  $< 0,05$  artinya tolak  $H_0$ , terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dan sebaliknya.



### 3.4.7 Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode analisis jalur (*path analysis*) diterapkan untuk menyelidiki dampak dari variabel tambahan. Menurut Ghozali (2021), analisis jalur merupakan penerapan dan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau penggunaannya untuk menyimpulkan hubungan sebab akibat antara variabel yang telah ditetapkan. Model analisis jalur digunakan untuk menguji hubungan tidak langsung sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan dengan kesadaran wajib pajak sebagai variabel *intervening*.

### 3.4.8 Uji Sobel (*Sobel Test*)

Uji Sobel menurut Ghozali (2021) dilakukan untuk menunjukkan signifikan atau tidak pengaruh mediasi (*intervening*) yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien. Uji ini mengevaluasi besarnya pengaruh tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui variabel mediasi (Z). Rumus yang digunakan pada pengujian ini adalah:

A. Pengaruh tidak langsung sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak:

$$Sp1p5 = \sqrt{p5^2 Sp1^2 + p1^2 Sp5^2 + Sp1^2 Sp5^2} \text{ dan } t_1 = \frac{p1p5}{Sp1p5}$$

B. Pengaruh tidak langsung sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak:

$$Sp2p5 = \sqrt{p5^2 Sp2^2 + p2^2 Sp5^2 + Sp2^2 Sp5^2} \text{ dan } t_2 = \frac{p2p5}{Sp2p5}$$

Dalam menentukan hasil dari pengujian ini, dapat diperhatikan jika nilai t hitung > t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 (*Sig. 1-tailed*) yaitu sebesar 1,65, maka dapat disimpulkan ada pengaruh mediasi dan sebaliknya.

## 4. HASIL

### 4.1 Uji Validitas & Reliabilitas

#### A. Uji Validitas

Berikut ini adalah tabel dari hasil uji validitas:

Tabel 4  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai Sig (<0,05)	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	1	0,000	0,683	0,361	Valid
	2	0,000	0,850	0,361	Valid
	3	0,000	0,714	0,361	Valid
	4	0,005	0,503	0,361	Valid
	5	0,001	0,594	0,361	Valid
	6	0,000	0,651	0,361	Valid
X2	1	0,000	0,742	0,361	Valid
	2	0,000	0,824	0,361	Valid
	3	0,000	0,819	0,361	Valid
	4	0,000	0,670	0,361	Valid
	5	0,000	0,607	0,361	Valid
	6	0,000	0,768	0,361	Valid

(Lanjutan)





(Lanjutan)

Variabel	Pernyataan	Nilai Sig ( $<0,05$ )	r hitung	r tabel	Keterangan
Z	1	0,000	0,699	0,361	Valid
	2	0,000	0,797	0,361	Valid
	3	0,000	0,772	0,361	Valid
	4	0,000	0,759	0,361	Valid
	5	0,000	0,743	0,361	Valid
	6	0,000	0,790	0,361	Valid
Y	1	0,005	0,495	0,361	Valid
	2	0,000	0,841	0,361	Valid
	3	0,000	0,841	0,361	Valid
	4	0,000	0,788	0,361	Valid
	5	0,000	0,788	0,361	Valid
	6	0,000	0,815	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas data diatas, dapat dilihat bahwa setiap pernyataan pada setiap variabel penelitian memiliki nilai *sig.*  $< 0.05$  dan nilai *r* hitung  $> r$  tabel sehingga setiap pernyataan bernilai positif dan dikatakan valid. Maka dari itu, semua pernyataan dapat digunakan dalam kuesioner penelitian.

## B. Uji Reliabilitas

Berikut ini adalah tabel dari hasil uji reliabilitas:

Tabel 5  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha ( $> 0,70$ )	Keterangan
Sosialisasi Perpajakan (X1)	0,746	Reliabel
Sanksi Perpajakan (X2)	0,836	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak (Z)	0,853	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,853	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, seluruh variabel penelitian mempunyai nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,70$ , maka dari itu seluruh variabel yang dipakai dapat disimpulkan reliabel atau dapat dipercaya. Dengan kata lain, tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan pra kuesioner stabil atau konsisten.

## 4.2 Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan ringkasan data berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan frekuensi. Berikut ini merupakan tabel hasil pengujian statistik deskriptif yang diolah menggunakan SPSS versi 26:

Tabel 6  
Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Frekuensi Jawaban		Rata-rata Jawaban
		Minimum	Maksimum	
X1	80	1	4	2,49
X2	80	2	5	4,02
Z	80	2	5	4,04
Y	80	3	5	4,15

Penjelasan dari hasil diatas sebagai berikut:

#### A. Sosialisasi Perpajakan (X1)

Variabel sosialisasi perpajakan memiliki nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 4. Dengan demikian, semua pernyataan pada sosialisasi perpajakan di dapat total 2,49 sebagai rata-rata jawaban, sehingga dapat disimpulkan menurut pandangan responden direktorat jenderal pajak jarang atau kadang-kadang mengadakan sosialisasi perpajakan. Hal ini dikarenakan antara lain dari jarang nya wajib pajak menyaksikan sosialisasi perpajakan yang dibuat oleh direktorat jenderal pajak baik secara langsung pada KPP atau tempat umum lainnya maupun secara tidak langsung seperti melalui media cetak dan media elektronik yang ada.

#### B. Sanksi Perpajakan (X2)

Variabel sanksi perpajakan memiliki nilai minimum sebesar 2 dan maksimum sebesar 5. Dengan demikian, semua pernyataan pada sanksi perpajakan di dapat total 4,02 sebagai rata-rata jawaban, sehingga menurut pandangan responden dapat disimpulkan setuju dengan sanksi yang sudah ditetapkan sudah berjalan dengan baik.

#### C. Kesadaran Wajib Pajak (Z)

Variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai minimum sebesar 2 dan maksimum sebesar 5. Dengan demikian, semua pernyataan pada kesadaran wajib pajak di dapat total 4,04 sebagai rata-rata jawaban, sehingga menurut pandangan responden dapat disimpulkan sudah sadar akan kewajiban perpajakannya.

#### D. Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Variabel kepatuhan wajib pajak memiliki nilai minimum sebesar 3 dan maksimum sebesar 5. Dengan demikian, semua pernyataan pada kepatuhan wajib pajak di dapat total 4,15 sebagai rata-rata jawaban, sehingga dapat disimpulkan responden sudah mematuhi peraturan perpajakan dengan semestinya sebagai seorang wajib pajak yang patuh.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

Berikut adalah hasil dari uji asumsi klasik dari estimasi persamaan 1 dan 2:

Tabel 7  
Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Normalitas	Autokorelasi	Heteroskedastisitas	Multikolinearitas	
				T	VIF
<b>Estimasi Parameter Persamaan 1</b>					
X1	0,090	1,890	0,505	0,952	1,050
X2			0,760	0,952	1,050
<b>Estimasi Parameter Persamaan 2</b>					
X1	0,187	1,838	0,659	0,949	1,054
X2			0,992	0,884	1,131
Z			0,858	0,915	1,093

Berdasarkan hasil pengujian normalitas pada persamaan 1 dan 2, dapat diamati bahwa model regresi memiliki nilai *Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi pada persamaan 1 dan 2, dapat diperhatikan bahwa model regresi mempunyai nilai *Durbin Watson* yang berada dalam *range* dU dan 4-dU. Dengan demikian, dapat diartikan pada persamaan 1 dan 2 tidak terjadi autokorelasi.

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas pada persamaan 1 dan 2, dapat diperhatikan pada setiap variabel memiliki nilai probabilitas  $> 0,05$ . Dengan demikian, dapat diartikan pada persamaan 1 dan 2 tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada persamaan 1 dan 2, dapat diperhatikan pada setiap variabel mempunyai nilai  $T \geq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \leq 10$ . Dengan demikian, dapat diartikan pada persamaan 1 dan 2 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas.

#### 4.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

##### A. Estimasi Parameter

Berikut adalah estimasi parameter hasil analisis regresi linier berganda pada persamaan 1 dan 2:

Tabel 8  
Hasil Estimasi Parameter

Keterangan	$\beta$
<b>Estimasi Parameter Persamaan 1</b>	
<b>Konstanta</b>	15,190
<b>X1</b>	0,056
<b>X2</b>	0,340
<b>Estimasi Parameter Persamaan 2</b>	
<b>Konstanta</b>	14,733
<b>X1</b>	0,170
<b>X2</b>	0,054
<b>Z</b>	0,261

Berdasarkan hasil pengolahan data pada persamaan 1, di dapat persamaan regresi yaitu  $Z = 15,190 + 0,056 X_1 + 0,340 X_2$ , artinya pada persamaan 1 diperoleh nilai konstanta sebesar 15,190, nilai koefisien regresi untuk sosialisasi perpajakan sebesar 0,056, dan sanksi perpajakan sebesar 0,340 terhadap kesadaran wajib pajak. Berdasarkan hasil pengolahan data pada persamaan 2, di dapat persamaan regresi yaitu  $Y = 14,733 + 0,170 X_1 + 0,054 X_2 + 0,261 Z$ , artinya pada persamaan 2 diperoleh nilai konstanta sebesar 14,733, nilai koefisien regresi untuk sosialisasi perpajakan sebesar 0,170, sanksi perpajakan sebesar 0,054, dan kesadaran wajib pajak sebesar 0,261 terhadap kepatuhan wajib pajak.

#### 4.5 Uji Hipotesis

Berikut adalah hasil dari uji  $R^2$ , uji F, dan uji t dari 2 estimasi parameter:

Tabel 9  
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Uji $R^2$	Uji F	Uji t		
			<i>B</i>	<i>2-tailed</i>	<i>1-tailed</i>
<b>Estimasi Parameter Persamaan 1</b>					
<b>X1</b>	0,061	0,033	0,056 (+)	0,602	0,3010
<b>X2</b>			0,340 (+)	0,017	0,0085
<b>Estimasi Parameter Persamaan 2</b>					
<b>X1</b>	0,151	0,001	0,170 (+)	0,043	0,0215
<b>X2</b>			0,054 (+)	0,631	0,3155



<b>Z</b>	0,261 (+)	0,004	0,0020
----------	-----------	-------	--------

Berdasarkan hasil uji  $R^2$  pada kedua estimasi persamaan, pada persamaan 1 dapat diperhatikan bahwa pengaruh variabel sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak sebesar 6,1% (perhitungan  $0,061 \times 100\%$ ). Sedangkan sisanya 93,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Sedangkan, pada persamaan 2 dapat diperhatikan bahwa pengaruh variabel sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kesadaran wajib pajak sebesar 15,1% (perhitungan  $0,151 \times 100\%$ ). Sedangkan sisanya 84,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

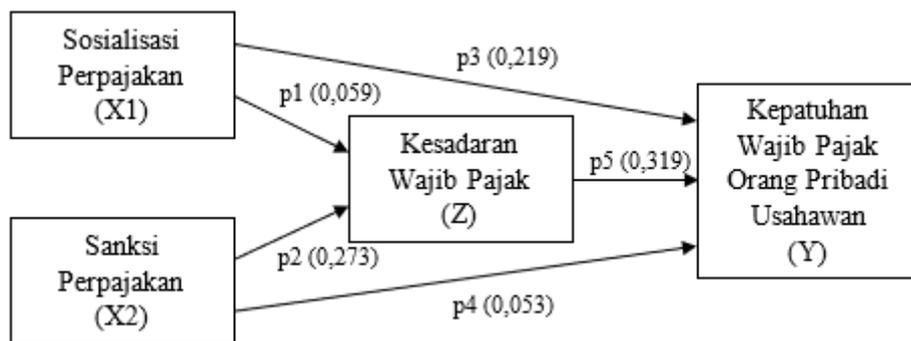
Berdasarkan hasil uji F pada persamaan 1 dan 2, dapat diperhatikan nilai probabilitas signifikansi kedua persamaan  $< 0,05$  (5%). Artinya, pada persamaan 1 dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan secara simultan memengaruhi variabel kesadaran wajib pajak (Model penelitian dapat digunakan). Sedangkan, pada persamaan 2 dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak secara simultan memengaruhi variabel kepatuhan wajib pajak (Model penelitian dapat digunakan).

Berdasarkan hasil uji t pada persamaan 1, variabel sosialisasi perpajakan (X1) mempunyai nilai probabilitas (*Sig. 1-tailed*)  $> 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak. Sedangkan pada sanksi perpajakan (X2) mempunyai nilai probabilitas (*Sig. 1-tailed*)  $< 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak. Pada persamaan 2, variabel sosialisasi perpajakan (X1) dan kesadaran wajib pajak (Z) mempunyai nilai probabilitas (*Sig. 1-tailed*)  $< 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan pada sanksi perpajakan (X2) mempunyai nilai probabilitas (*Sig. 1-tailed*)  $> 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

#### 4.6 Uji Analisis Jalur

Berikut adalah model analisis jalur yang dihasilkan:

Gambar 2  
Hasil Model Analisis Jalur



Berdasarkan model analisis jalur yang sudah didapat, dapat diketahui nilai pengaruh tidak langsung sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak yaitu  $p1 \times p5$  dikalikan dengan hasil sebesar 0,018821 ( $0,059 \times 0,319$ ). Sedangkan pengaruh tidak langsung sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak yaitu  $p2 \times p5$  dikalikan dengan hasil sebesar 0,087087 ( $0,273 \times 0,319$ ).

KWI KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

#### 4.7 Uji Sobel

Pada uji analisis jalur di dapat nilai pengaruh mediasi kesadaran wajib pajak untuk variabel sosialisasi perpajakan sebesar 0,018821 dan sanksi perpajakan sebesar 0,087087. Kemudian dapat dilakukan uji sobel sebagai berikut:

A. Pengaruh tidak langsung sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak:

$$Sp1p5 = 0,029652 \text{ dan } t_1 = 0,492916$$

B. Pengaruh tidak langsung sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak:

$$Sp2p5 = 0,048835 \text{ dan } t_2 = 1,817133$$

Berdasarkan hasil pengujian sobel di atas,  $t_1$  hitung yang diperoleh adalah sebesar 0,492916 dimana nilainya lebih kecil dari  $t$  tabel sebesar 1,65. Dengan demikian, di dapat sebuah kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh mediasi dari variabel kesadaran wajib pajak yang menghubungkan antara variabel sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak. Sedangkan,  $t_2$  hitung yang diperoleh adalah sebesar 1,817133 dimana nilainya lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,65. Dengan demikian, di dapat sebuah kesimpulan bahwa ada pengaruh mediasi dari variabel kesadaran wajib pajak yang menghubungkan antara variabel sanksi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak.

### 5 PEMBAHASAN

#### 1 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa  $H_{a1}$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak orang pribadi usahawan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Boediono et al. (2018) dan Suharti & Hidayatulloh (2022) yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak. Koefisien regresi yang menunjukkan arah positif menjelaskan bahwa semakin banyak bentuk sosialisasi perpajakan yang dilakukan terhadap wajib pajak, akan meningkatkan informasi terkait perpajakan sehingga secara langsung akan meningkatkan kesadaran wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya, tetapi dalam penelitian ini tidak berpengaruh. Sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak pada penelitian ini disebabkan dari diri wajib pajak itu sendiri yang jarang atau kadang-kadang melihat sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh direktorat jenderal pajak baik secara langsung maupun tidak langsung. Dapat ditegaskan dari total rata-rata variabel sosialisasi perpajakan pada analisis deskriptif yaitu sebesar 2,49, sehingga dapat diartikan bahwa menurut persepsi responden DJP secara keseluruhan jarang atau kadang-kadang melakukan sosialisasi perpajakan.

Dengan jarang nya wajib pajak mendapatkan sosialisasi perpajakan, seharusnya pemahaman dan informasi mengenai perpajakan hanya sedikit yang diterima wajib pajak membuat wajib pajak tidak mengerti atau tidak sadar atas kewajiban perpajakannya. Tetapi pada penelitian ini, wajib pajak tetap sadar akan kewajiban perpajakannya dimana dapat dibuktikan pada variabel kesadaran wajib pajak mempunyai rata-rata total analisis deskriptif sebesar 4,04 yang dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata keseluruhan responden sudah sadar akan kewajiban perpajakannya.

#### 2. Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa  $H_{a2}$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak orang pribadi usahawan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Lestari et al. (2018) yang menyatakan bahwa sanksi pajak berpengaruh positif



signifikan terhadap kesadaran membayar pajak. Koefisien regresi yang menunjukkan arah positif menjelaskan bahwa sanksi perpajakan menunjukkan arah yang sama dengan kesadaran wajib pajak yang berarti semakin takut dan sadar wajib pajak terhadap sanksi perpajakan, maka kesadaran wajib pajak akan meningkat.

Pajak yang sifatnya memaksa menerapkan adanya sanksi agar tidak ada yang melanggar. Wajib pajak yang sebelumnya tidak berniat membayar pajak, maka akan membayar kewajiban perpajakannya karena adanya sanksi yang berat dan menyusahkan, sehingga wajib pajak akan sadar lebih baik dalam membayar kewajiban perpajakannya tepat waktu. Hal ini dapat ditegaskan dari total rata-rata variabel sanksi perpajakan pada analisis deskriptif sebesar 4,02 dimana responden setuju dengan sanksi yang sudah ditetapkan sudah berjalan dengan baik. Dan pada variabel kesadaran wajib pajak mempunyai rata-rata total analisis deskriptif sebesar 4,04 yang dapat disimpulkan bahwa secara rata-rata keseluruhan responden sudah sadar terhadap kewajiban perpajakannya.

### 3. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa **H<sub>a3</sub> diterima**, sehingga dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Faizin (2016), Boediono et al. (2018), dan Suharti & Hidayatulloh (2022) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Koefisien regresi yang menunjukkan arah positif mengartikan semakin banyak bentuk sosialisasi perpajakan pada masyarakat yang dilakukan DJP akan meningkatkan pemahaman masyarakat sehingga kepatuhan masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya akan ikut meningkat dan sebaliknya.

Walaupun wajib pajak jarang atau kadang-kadang melihat/mendengar sosialisasi perpajakan yang dilakukan DJP, hal ini tetap terbukti meningkatkan kepatuhan wajib pajak dimana tercipta sebuah kesadaran secara tidak sukarela dalam diri wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

### 4. Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa **H<sub>a4</sub> ditolak**, sehingga dapat disimpulkan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan penelitian Karnedi & Hidayatulloh (2019), Mianti & Budiwitjaksana (2021), dan Gukguk (2021) yang menyatakan sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Koefisien regresi yang menunjukkan arah positif menjelaskan sanksi perpajakan menjadi tanggungan bahwa wajib pajak akan melaksanakan kewajibannya dan memaksa wajib pajak untuk melakukan pembayaran pajak dengan memberikan efek jera dan hukuman bagi setiap wajib pajak yang berani melanggar sehingga sanksi perpajakan mempunyai arah yang serupa dengan kepatuhan wajib pajak, tetapi dalam penelitian ini tidak berpengaruh.

Wajib pajak yang sudah sadar akan adanya sanksi perpajakan tidak serta melaksanakan kewajiban perpajakannya sebagai wajib pajak yang patuh. Hal ini bisa disebabkan dari pemahaman wajib pajak yang minim terhadap sanksi perpajakan yang ada sebagai faktor eksternal yang bisa memengaruhi keputusan wajib pajak dan wajib pajak dihadapkan dengan berbagai kewajiban penting lainnya yang berhubungan dengan kebutuhan hidup utama masyarakat yang setelah pandemi ini perekonomian mulai bangkit kembali. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Samrotun et al. (2018) dan Khodijah et al. (2021), yang



menyampaikan sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

### 5. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa **H<sub>a5</sub> diterima**, sehingga dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Boediono et al. (2018), Amran (2018), Setiyani et al. (2018), Ramadhanty & Zulaikha (2020), Stefanie & Sandra (2020), serta Gukguk (2021) yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Koefisien regresi yang menunjukan arah positif menjelaskan bahwa kesadaran wajib pajak memiliki arah yang serupa dengan kepatuhan wajib pajak.

Kesadaran wajib pajak sebagai kondisi dimana wajib pajak memahami dan menerapkan ketentuan perpajakan secara tepat dan benar dalam memberikan kontribusi kepada negara dalam hal menunjang pembangunan negara dan sebagai usaha untuk mematuhi semua peraturan negara dapat membuat wajib pajak secara sukarela untuk membayar tanpa adanya paksaan. Oleh sebab itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini wajib pajak sudah sadar akan kewajibannya perpajakannya sehingga wajib pajak patuh dalam melakukan kewajiban perpajakannya selaras dengan peraturan perpajakan dengan semestinya sebagai seorang wajib pajak yang patuh.

### 6. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui Kesadaran Wajib Pajak

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa **H<sub>a6</sub> ditolak**, sehingga dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak dapat memediasi sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Boediono et al. (2018), dimana kesadaran wajib pajak memediasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan.

Kesadaran wajib pajak tidak dapat memediasi sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan disebabkan sosialisasi perpajakan itu sendiri yang tidak dapat memotivasi masyarakat sehingga tidak berdampak pada peningkatan kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran wajib pajak. Dengan jarang nya wajib pajak mendapatkan sosialisasi perpajakan, maka sedikitnya pemahaman dan informasi mengenai perpajakan yang dimiliki wajib pajak memberikan dampak pada wajib pajak itu sendiri menjadi tidak mengerti atau tidak sadar atas kewajibannya untuk menjadi wajib pajak yang taat atau patuh. Hasil penelitian ini selaras dengan Venti & Sandra (2021) dimana kesadaran wajib pajak tidak dapat memediasi hubungan antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan.

### 7. Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui Kesadaran Wajib Pajak

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa **H<sub>a7</sub> diterima**, sehingga dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak dapat memediasi sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mianti & Budiwitjaksono (2021) yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dapat dimediasi secara parsial oleh kesadaran wajib pajak.

Wajib pajak yang sadar akan adanya sanksi yang berlaku berupa sanksi perpajakan yang memberati dan merepotkan, akan meningkatkan kesadaran wajib pajak dalam mentaati



Copyright © 2023 Kwik Kian Gie School of Business. All rights reserved. This article is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

peraturan perpajakan agar tidak dikenakan sanksi perpajakan akan memberikan dampak positif pada kepatuhan wajib pajak dimana wajib pajak akan melaksanakan kewajibannya.

## 6. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak orang pribadi usahawan.
2. Sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak orang pribadi usahawan.
3. Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan.
4. Sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan.
5. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan.
6. Kesadaran wajib pajak tidak dapat memediasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan.
7. Kesadaran wajib pajak dapat memediasi pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi usahawan.

### 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

Bentuk-bentuk sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan yang dibuat oleh DJP sudah cukup baik, namun alangkah baiknya jika DJP dalam hal sosialisasi perpajakan lebih ditekankan kembali dengan melakukan berbagai bentuk sosialisasi perpajakan secara intensif dan berkesinambungan baik dari penyuluhan perpajakan pada KPP atau pada tempat umum secara langsung maupun secara tidak langsung melalui media cetak dan media elektronik. Hal ini harus dimaksimalkan dan dilakukan secara sering dan terus menerus agar sosialisasi ini menjadi sebuah kebiasaan dan peluang wajib pajak melihat/mendengar/mendapatkan informasi perpajakan menjadi lebih besar. Misalnya saja pihak DJP dapat memperluas koneksi sosial dengan melakukan kerja sama dengan seluruh sekolah, perguruan tinggi, dan organisasi-organisasi di Indonesia secara aktif dan rutin melakukan kegiatan bersama dalam hal mengedukasi dan menanamkan kepatuhan perpajakan.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- A. Mengganti atau menambahkan jumlah variabel independen lainnya baik variabel eksternal (seperti kualitas layanan fiskus, *tax amnesty*, dan tingkat pendapatan) maupun variabel internal (seperti pengetahuan perpajakan, religiusitas, dan kewajiban moral) sehingga dapat lebih luas lagi dalam menjelaskan variabel dependen. Hal ini dikarenakan koefisien determinasi pada penelitian ini kurang dari 20% atau masih dapat dikatakan kecil dan terbatas.
- B. Mengganti teknik analisis yang digunakan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk melakukan analisis faktor dan regresi secara simultan atau bersama-sama dengan menggunakan program analisis lain seperti Lisrel dan WarpPLS.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amran, A. (2018). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Tingkat Pendapatan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.33096/atestasi.v1i1.5>
- Boediono, G., Sitawati, R., & Harjanto, S. (2018). Analysis of The Influence of Taxation Socialization on Taxpayer Compliance with Awareness as a Mediation Variable. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 22–38.
- Danarsi, Nurlaela, S., & Subroto, H. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Mobil dengan Diberlakukannya Pajak Progresif di Kota Surakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 18(01), 45–55. <https://doi.org/10.29040/jap.v18i01.83>
- Dhini, V. A. (2022). *Rasio Kepatuhan Pelaporan SPT Pajak Tercapai 84% pada 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/04/rasio-kepatuhan-pelaporan-spt-pajak-tercapai-84-pada-2021>
- Fazrin, M. R., Kertahadi, & Ruhana, I. (2016). Pengaruh Sosialisasi, Pemahaman, dan Kesadaran Prosedur Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan di Desa Mojoranu Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Perpajakan (JEJAK)* 2016, 9(1), 1–9.
- Fauziah, N., & Kusmuryanto, K. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013. *Accounting Analysis Journal*, 5(2), 11–20. <https://doi.org/10.15294/AAJ.V5I2.14356>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gukguk, E. sanny R. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Economics, Accounting and Business Journal*, 1(1), 284–294.
- Gusrefika, R. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Motivasi Membayar Pajak, dan Tingkat Pendidikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM di KPP Pratama Tampan Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1v(1), 1–15.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations* (1st ed.). John Wiley & Sons Inc. <https://doi.org/10.1037/10628-000>
- Karnedi, N. F., & Hidayatulloh, A. (2019). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak dan Tax Amnesty terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 12(1), 1–9. <https://doi.org/10.22441/profita.2019.v12.01.001>
- Khodijah, S., Barli, H., & Irawati, W. (2021). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Layanan Fiskus, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia (JABI)*, 4(2), 183–195. <https://doi.org/10.32493/jabi.v4i2.y2021.p183-195>
- Lestari, E. M. P., Budi H, L., & Pranaditya, A. (2018). Pengaruh Pelayanan Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Membayar Pajak sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di KPP Pratama Semarang Candisari). *Journal Of Accounting*, 1, 1–20.
- Lianty, M., & Kurnia, D. W. H. (2017). Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer (JRAK)*, 9(2), 55–65. <https://doi.org/10.23969/jrak.v9i2.579>



- Manuputty, I. G., & Sirait, S. (2016). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Penerapan Self Assesment System terhadap Kesadaran Wajib Pajak serta Dampaknya terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Jakarta Panjaringan. *Media Akuntansi Perpajakan*, 1(2), 44–58.
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan - Edisi 2019* (D. Arum (ed.)). Penerbit ANDI.
- Mhanti, Y. F., & Budiwitjaksono, G. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dimediasi Kesadaran Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(2), 349–359.
- Muhamad, M. S., Asnawi, M., & Pangayow, B. J. . (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak Sanksi Perpajakan, dan Kesadaran Perpajakan terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Empiris pada KPP Pratama Jayapura). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*, 14(1), 69–86. <https://doi.org/10.52062/jakd.v14i1.1446>
- Prakoso, A., Wicaksono, G., Iswono, S., Puspita, Y., Bidhari, S. C., & Kusumaningrum, N. D. (2019). Pengaruh Kesadaran dan Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi & Ekonomi (JAE)*, 4(1), 18–31.
- Prasetyo, D., & Arisudhana, D. (2019). Analisis Beberapa Aspek dalam Diri Wajib Pajak dan Regulasi Perpajakan yang Mempengaruhi Ketaatan Wajib Pajak dalam Pemenuhan Kewajibannya (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Kebayoran Lama Pe. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 88–103.
- Puspita, N. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus, Kesadaran Wajib Pajak dan Keadilan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan (Studi Empiris pada Kecamatan Padang Utara). *Jurnal Universitas Negeri Padang*, 1(1), 1–24.
- Rahayu, S. K. (2020). *Perpajakan Konsep, Sistem dan Implementasi - Edisi Revisi*. Rekayasa Sains.
- Ramadhanty, A., & Zulaikha. (2020). Pengaruh Pemahaman tentang Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, Sistem Transparansi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–12.
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan: Teori dan Kasus Edisi 11 Buku 1* (11th ed.). Salemba Empat.
- Safri, N. (2005). *Pengantar Perpajakan* (3rd ed., pp. 1–190). Penerbit Granit. <https://books.google.co.id/books?id=xS2IS2w8xzsc&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Salman, K. R., & Tjaraka, H. (2019). Pengantar Perpajakan : Cara Meningkatkan Kepatuhan Pajak. In *Penerbit Indeks Jakarta* (1st ed.). Penerbit Indeks Jakarta.
- Samrotun, Y. C., Suhendro, & Listyowati. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga (JRABA)*, 3(1), 372–395. <https://doi.org/10.31093/JRABA.V3I1.94>
- Sekaran, U., & Bougie, R. J. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Kecahlian Buku 1 & 2* (Edisi 6). Salemba Empat.
- Setiyani, N. M., Andini, R., & Oemar, A. (2018). Pengaruh Motivasi Wajib Pajak dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening (Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama di Kota Semarang). *Journal Of Accounting*, 1(1), 1–18.
- Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., Saputra, E., Purwasih, R., & Syaharuddin. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS* (V. Mandalilina, M. Ibrahim, & H. R. P. Negara (eds.)). CV. Pena Persada.
- Solikhah, B., & Suryarini, T. (2022). *Perpajakan* (4th ed.). UNNES Press.
- Stefanie, & Sandra, A. (2020). Pengaruh Motivasi Wajib Pajak dan Persepsi Korupsi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 112–132. <https://doi.org/https://doi.org/10.46806/ja.v9i2.764>



Suharti, S., & Hidayatulloh, A. (2022). Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Kinerja Account Representative, dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.29303/JAA.V7I1.143>

Venti, & Sandra, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Perpajakan*, 1(1), 107–124.

Wildan, M. (2022). *Kepatuhan Formal Wajib Pajak Nonkaryawan Mulai Alami Perbaikan*. DDTC News. <https://news.ddtc.co.id/kepatuhan-formal-wajib-pajak-nonkaryawan-mulai-alami-perbaikan-44381>

Wildan, M. (2023). *Rasio Kepatuhan Formal 2022 Tembus 83%, DJP Buka Opsi Naikkan Target*. DDTC News. <https://news.ddtc.co.id/rasio-kepatuhan-formal-2022-tembus-83-djp-buka-opsi-naikkan-target-44704>

Winerungan, O. L. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Manado dan KPP Bitung. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi (EMBA)*, 1(3), 960–970. <https://doi.org/10.35794/EMBA.1.3.2013.2301>



Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA**

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Michael Justin

NIM : 37190036 : Tanggal Sidang : Sabtu, 15 April 2023

Judul Karya Akhir : Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan  
Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai  
Variabel Intervening Pada Pusat Grosir Cililitan Jakarta Timur

Jakarta 2 / Mei 20 23

Mahasiswa/I  
  
( ...Michael Justin..... )

Pembimbing  
  
( ..... )  
Rizka Indri Arfianti, S.E., Ak., M.M., MAK

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis

