**BAB III**

**METODELOGI PENELITIAN**

Dalam bagian ini, objek yang diteliti, desain dari penelitian, variabel-variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, serta teknik analisis data akan dijelaskan oleh peneliti. Peneliti menggunakan data primer yang didapat langsung dari Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Sunter.

Pada penelitian ini juga akan dijelaskan lebih lanjut mengenai variabel penelitian yang diteliti, serta sumber pengmbilan data dan metode-metode dalam pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti. Analisis data yang diggunakan adalah metode regresi linier berganda dan diharapkan dengan metode ini peneliti mampu mendapatkan hasil yang signifikan terhadap variabel yang diuji dalam penelitian ini.

1. **Objek Penelitian**

Penulis akan membahas objek yang akan diteliti oleh penulis, yaitu adalah wajib pajak orang pribadi. Dalam hal ini, orang pribadi yang dimaksud adalah orang pribadi yang memiliki UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Penelitian dilakukan pada November-Desember 2018. Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari pengetahuan pengusaha UMKM yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Sunter.

1. **Desain Penelitian**

Sekaran & Bougie (2017a:109) menyatakan desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data, berdasarkan pertanyaan penelirian dari studi. Bila ditinjau dari perspektif yang dikembangkan oleh Cooper & Schindler (2017:148-151), penelitian ini dapat dijelaskan dengan perspektif-perspektif sebagai berikut:

1. **Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian, maka penelitian ini termasuk ke dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan pertanyaan dan menjawab batasan masalah mengenai efektivitas sosialisasi PP No. 23 tahun 2018 dan rasa tanggung jawab bernegara.

1. **Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode komunikasi dan observasi, yaitu metode untuk menggambarkan data dan mengumpulkan informasi melalui kuesioner yang disebarkan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Sunter. Sebelum menyebarkan kuesioner, peneliti mendatangi Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Sunter terlebih dahulu untuk menyerahkan surat izin melakukan penelitian dan riset. Setelah mendapatkan izin penelitian, maka peneliti langsung menyebarkan kuesioner kepada Wajib Pajak yang sudah memenuhi kriteria di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Sunter.

1. **Kontrol Peneliti terhadap Variabel**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan desain *ex post facto* karena peneliti tidak memliki control terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasinya. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

1. **Tujuan Studi**

Ditinjau dari perspektif ini, penelitian ini menggunakan studi deskriptif, yaitu bentuk penelitian yang bersifat mengumpulkan data, menguraikan secara menyeluruh dan mendalam untuk persoalan yang dianalisis. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan apakah efektivitas sosialisasi PP No. 23 tahun 2018 dan rasa tanggung jawab bernegara berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

1. **Dimensi Waktu**

Penelitian ini termasuk ke dalam studi lintas bagian (*cross sectional*). Hal ini dikarenakan penelitian hanya dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu. Peneliti ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang dilakukan mulai dari bulan November 2018 – Desember 2018.

1. **Cakupan Topik**

Penelitian ini menggunakan studi statistik karena peneliti ingin membuat kesimpulan mengenai efektivitas sosialisas PP No. 23 dan rasa tanggung jawab bernegara terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Sunter.

1. **Lingkungan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan karena peneliti ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperlukan dari hasil penyebaran kuesioner kepada objek penelitian yang sudah ditentukan.

1. **Variabel Penelitian**

Menurut Sekaran & Bougie (2017a:77) variabel adalah sesuatu yang memiliki variasi nilai dan didukung oleh teori. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Sekaran & Bougie, (2017a:77) menyebutkan bahwa terdapat beberapa jenis variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*).

Variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Tujuannya agar memahami dan mendeskripsikan variabel terikat, atau menjelaskan variabilitasnya, atau memprediksinya. Dengan kata lain, variabel terikat sama juga dengan variabel utama penelitian. Melalui analisis yang dilakukan, maka peneliti dapat mungkin untuk mendapatkan jawaban atau solusi atas masalah yang ada. Sedangkan variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik itu secara positif maupun negatif.

1. **Variabel Bebas (Independent Variable)**

Berikut peneliti akan menjabarkan variabel bebas yang peneliti gunakan di dalam penelitian ini:

1. **Efektivitas Sosialisasi (X1)**

Menurut Winerungan (2013) sosialisasi perpajakan adalah upaya yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan sebuah pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya Wajib Pajak agar mengetahui tentang segala hal mengenai perpajakan baik peraturan maupun tata cara perpajakan melalui metode-metode yang tepat. Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan informasi atau pengetahuan mengenai perpajakan kepada Wajib Pajak, agar Wajib Pajak dapat mengerti dan memahami mengenai peraturan perpajakan yang sedang berlangsung di Indonesia.

Efektivitas sosialisasi dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Terlebih lagi bila materi dari sosialisasi yang diadakan merupakan peraturan yang baru diterbitkan oleh Pemerintah, hal tersebut dapat menarik Wajib Pajak untuk lebih mengetahui mengenai peraturan yang terbaru tersebut. Jika suatu kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak berjalan dengan baik dan efektif, maka efektivitas dari sosialisasi tersebut menjadi tinggi, sehingga dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak.

Seperti yang dikemukakan oleh Winerungan (2013), terdapat beberapa indikator sosialisasai yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak, antara lain adalah:

1. Penyuluhan, melalui berbagai media, baik media elektronik maupun media masssa lainnya bahkan terkadang sampai mengadakan penyuluhan langsung ke tempat (daerah-daerah) tertentu yang dianggap pajaknya tinggi dan membutuhkan informasi yang lengkap dan terjamin kebenarannya.
2. Diskusi dengan wajib pajak dan tokoh masyarakat, yang lebih menekankan pada komunikasi dua arah, baik dari segi fiskus[[1]](#footnote-1) maupun masyarakat khususnya wajib pajak yang dianggap memiliki pengaruh atau dipandang oleh masyarakat sekitarnya, sehingga diharapkan mampu memberi penjelasan yang lebih baik terhadap masyarakat lainnya.
3. Informasi langsung dari fiskus ke Wajib Pajak.
4. Pemasangan *billboard*[[2]](#footnote-2).
5. *Website* Direktorat Jenderal Pajak, agar dapat diakses melalui internet setiap saaatnya oleh Wajib Pajak.

Menurut Winerungan (2013) kita dapat mengukur variabel sosialisasi perpajakan dengan indikator sebagai berikut:

1. Tata cara sosialisasi

Sosialisasi perpajakan dilakukan oleh pihak Direktorat Jenderal Pajak yang ditujukan kepada Wajib Pajak agar mendapatkan pengetahuan dan pemahaman pajak yang memadai.

1. Frekuensi Sosialisasi

Sosialisasi perpajakan harus dilakukan secara teratur karena peraturan dan tatacara pembayaran pajak biasanya mengalami perubahan. Sosialisasi pajak yang dilakukan secara teratur juga akan terus memberikan informasi yang terbaru sehingga wajib pajak dapat meminimalisir kesalahan saat menjalankan kewajiban pajaknya jika terjadi peruabahan atau tatacara perpajakan.

1. Kejelasan Sosialisasi

Sosialisasi perpajakan yang diadakan harus dapat menyampaikan seluruh informasi kepada Wajib Pajak. Selain itu harus disampaikan dengan jelas agar wajib pajak dapat memahami informasi yang diberikan.

1. Pengetahuan Sosialisasi

Sosialisasi perpajakan diadakan bertujuan untuk memberikan informasi pada Wajib Pajak. Sosialisasi akan suskses dilakukan jika informasi yang diberikan dapat diterima oleh Wajib Pajak sehingga Wajib Pajak memiliki pengetahuan pajak yang memadai agar memudahkan Wajib Pajak dalam menjalankan kewajibannya.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas, maka variabel efektivitas sosialisasi PP No. 23 Tahun 2018 dikembangkan menjadi 18 item pertanyaan dengan menggunakan skala Likert 5 poin, dengan nilai: Sangat Tidak Setuju mendapat nilai 1, Tidak Setuju mendapat nilai 2, Netral mendapat nilai 3, Setuju mendapat nilai 4, dan yang terakhir Sangat Setuju mendapat nilai 5.

**Tabel 3. 1**

**Tabel Operasionalisasi Variabel Efektivitas Sosialisasi PP No. 23 Tahun 2018**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | Indikator | Butir Pertanyaan |
| Efektivitas Sosialisasi (X1) | 1. Tata cara sosialisasi | 1-6 |
| 2. Kejelasan sosialisasi | 7-11 |
| 3. Fungsi sosialisasi | 12-15 |
| 4. Isi sosialisasi | 16-18 |

1. **Rasa Tanggung Jawab Bernegara**

Menurut Winataputra et al. (2016:253) setiap manusia berhak mendapatkan haknya setelah mereka tuntas mengerjakan kewajiban yang dimilikinya. Hak dan kewajiban dari seorang Warga Negara tentunya sudah diatur di dalam konstitusi dan peraturan perundang-undangan. Sebagai salah satu contohnya, kewajiban dari seorang Warga Negara adalah membayar pajak. Hal ini sesuai dengan apa yang sudah dijelaskan di Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 23A, disebutkan bahwa “Pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang”.

Suttarman dalam Winataputra et al., (2016:267) mengatakan bahwa dengan membayar pajak, Wajib Pajak sudah melaksanakan tanggung jawabnya dalam bela negara. Sehingga, ketika seorang Warga Negara mempunyai suatu rasa bela negara yang tinggi, maka dengan sendirinya Warga Negara tersebut mempunyai rasa tanggun jawab yang tinggi kepada Negaranya. Dengan begitu, maka tingkat kepatuhan Wajib Pajak akan meningkat seiring tingginya rasa tanggung jawab bernegara yang dimiliki oleh Wajib Pajak tersebut.

**Tabel 3. 2**

**Tabel Operasionalisasi Variabel Rasa Tanggung Jawab Bernegara**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | Indikator | Butir Pertanyaan |
| Rasa Tanggung Jawab Bernegara (X2) | 1. Kesadaran terhadap kewajiban | 1-4 |
| 2. Bela Negara | 5-8 |

1. **Variabel Terikat (Dependent Variable)**

Didalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah kepatuhan Wajib Pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta Sunter, yang didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi semua kewajiban perpajakannya. Menurut Anwar & Syafiqurrahman (2016) kepatuhan pajak lebih mengarah kepada kesadaran diri Wajib Pajak dalam melakukan kewajibannya, dan Wajib Pajak merupakan subjek yang memiliki tanggung jawab untuk ikut berkontribusi dalam membayar pajak. Kepatuhan Wajib Pajak dilakukan oleh Wajib Pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan negara dimana melakukan pembayaran dilakukan dengan sukarela.

**Tabel 3. 3**

**Tabel Operasionalisasi Variabel Kepatuhan Wajib Pajak**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | Indikator | Butir Pertanyaan |
| Kepatuhan Wajib Pajak (Y) | 1. Tepat waktu | 1;2 |
| 2. Tunggakan pajak | 3-5 |
| 3. Ketepatan peraturan | 6-8 |
| 4. Tindak pidana | 9;10 |

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Di dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian memakai teknik komunikasi dan observasi. Metode komunikasi dilakukan peneliti dengan cara menyebarkan kuesioner kepada Wajib Pajak UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang terdaftar di KPP (Kantor Pelayanan Pajak) Pratama Jakarta Sunter. Menurut Sekaran & Bougie, (2017a:170), kuesioner adalah daftar pertanyaan yang tertulis yang telah dirumuskan sebelumya dimana responden akan memilih jawaban mereka. Kuesioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika studi bersifat deskrptif atau eksplanatori.

Di dalam kuesioner yang peneliti sebarkan, peneliti memakai skala *Likert* untuk penilaian kuesioner tersebut. Skala *likert* atau yang sering disebut *summated scale* (skala yang dijumlahkan) pada dasarnya adalah skala ordinal, dan minimal berjumlah lima atau ganjil.

Sedangkan metode observasi dilakukan berdasarkan kajian pustaka yang diperoleh peneliti dari jurnal, buku, internet, dan media lainnya yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti.

1. **Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut Sugiyono (2016:61-62) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi yang diteliti oleh peneliti merupakan Wajib Pajak UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Sunter.

Lalu peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* untuk mengumpulkan sampel penelitian. Pengambilan sampel dalam teknik ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya pihak yang memilikinya, ataupun mereka yang memenuhi beberapa kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti.

Menurut (Sugiyono, 2016) memberikan saran tentang ukuran sampel yang layak dalam penelitian, yaitu antara 30 (tiga puluh) sampai 500 (lima ratus), selain itu bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariat (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 (sepuluh) kali jumlah variabel yang diteliti. Karena dalam penelitian ini ada 3 variabel, sehingga minimal sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 responden. Akan tetapi, peneliti memutuskan untuk mengambil sebanyak 100 (seratus) responden untuk penelitian ini, agar data yang didapat menjadi lebih akurat.

1. **Teknik Analisis Data**

Didalam penelitian yang akan dilakukan, peneliti memutuskan untuk memakai program komputer untuk membantu peneliti untuk mengolah data yang sudah dikumpulkan. Program komputer yang digunakan adalah IBM SPSS, program komputer ini digunakan untuk melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

1. **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**
2. **Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur kevalid-an suatu kuesioner. Atau dengan kata lain, uji validitas dapat membantu untuk mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam kuesioner kita, apakah sudah valid (sah) atau belum. Hal ini dilakukan dengan membuat korelasi antar skor butir setiap pertanyaan dengan total skor variabelnya.

Lalu dilakukan analisis yang signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n - , dalam hal ini n yang dimaksud adalah total responden yang sudah mengisi kuisioner peneliti, dengan sampel nilai *alpha* atau error sebesar 5% (lima persen). Setelah hasil *output* sudah keluar, maka peneliti akan berfokus ke nilai *pearson correlation* skor total yang ada di tabel *correlations*. Hasil dari *pearson correlation* tersebut dianggap sebagai nilai r hitung, dimana nilai r hitung harus lebih besar dan bernilai positif dibandingkan dengan nilai r tabel, maka butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner kita dapat dikatakan valid.

1. **Uji Reliabilitas**

Ghozali (2016) menyatakan reliabelitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengukuran reliabilitas suatu kuesioner dilakukan dengan melakukan pengukuran *one shot* atau pengkuruan sekali saja, dengan menggunakan program komputer SPSS. Dengan menggunakan uji korelasi *cronbach alpha* (a). Hasil dari nilai *cronbach alpha* tersebut kemudian akan dibandingkan dengan nilai yang ada dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 3. 4**

**Tabel Kriteria Reliabilitas**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Interval Cronbach Alpha*** | **Kriteria** |
| >0,9 | Reliabilitas sempurna |
| 0,7-0,9 | Reliabilitas tinggi |
| 0,5-0,7 | Reliabelitas moderat |
| <0,5 | Reliabelitasi rendah |

Sumber: (Ghozali, 2016)

1. **Uji Asumsi Klasik**

Didalam penelitian ini, peneliti melakukan uji asumsi klasik untuk menguji hasil hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti.

1. **Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2016:158), uji normalitas ini digunakan untuk menguji apakah residual yang berdistribusi tersebut normal atau tidak, dengan menggunkan suatu uji normalitas *kolmogorov smirnov*. Uji normalitas yang akan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. *Asymp Sig* (2 *tailed*) > α, maka data telah terdistribusi secara normal.
2. *Asymp Sig* (2 *tailed*) < α, maka data tidak terdistribusi secara normal.

Suatu penelitian akan dikatakan baik, jika data penelitian tersebut sudah terdistribusi secara normal.

1. **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya, dikarenakan jika terjadi suatu korelasi, maka ada terjadi suatu kemiripan atau kesamaan diantara variabel-variabel independennya. Dalam menganalisis terjadi atau tidaknya suatu multikolinearitas, dapat dilihat dari nilai *tolerance* (TOL) dan VIF yang ada di kolom *collinearity statistic* dalam tabel *coefficients*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika TOL > 0,1 dan VIF < 10, maka tidak ada multikolinearitas.
2. Jika TOL < 0,1 dan VIF > 10, maka terjadi multikolinearitas.
3. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu penelitian dengan penelitian lainnya. Jika varians dari residual suatu penelitian ke penelitian lainnya tetap, maka hal tersebut disebut sebagai homoskedastisitas, sedangkan jika suatu varians dari residual suatu penelitian tersebut berbeda, maka hal tersebut disebut sebagai heteroskedastisitas. Suatu model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki heteroskedastisitas. Peneilitan ini menggunakan metode *glejser* yang dapat dilihat dari hasil output yang ada, dengan melihat nilai *sig* didalam tabel *coefficients* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika suatu koefisien parameter *beta* < 0,05 maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika suatu koefisien parameter *beta* < 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
3. **Uji Autokorelasi**

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah didalam model regresi terdapat korelasi dari residual suatu penelitian dengan penelitian lainnya disusun berdasarkan urutan waktu atau tidak. Suatu model

regresi penelitian akan dikatakan baik, apabila model regresi penelitian tersebut tidak memiliki autokorelasi. Dalam melakukan uji autokorelasi, peneliti memakai metode *durbin-watsons*, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

|  |
| --- |
| **du < dw < (4 – du)** |

Dimana nilai du didapat dari tabel *durbin-watsons* dengan α = 5% (nilai error) dan sesuai dengan jumlah dari responden yang ada. Lalu nilai dw berasal dari hasil *output* pada tabel *model summaryb* di kolom *durbin-watsons*. Yang berarti, hasil *output* dari analisis kita haruslah bernilai lebih besar dari nilai du, dan lebih kecil dari nilai pengurangan (4-du), barulah penelitian kita dapat dikatakan baik.

1. **Uji Hipotesis**
2. **Uji Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi Analisis regresi merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, serta menentukan arah antara variabel independen dengan variabel dependen. Persamaan model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini (Ghozali, 2016:129):

*Y*= β0 + β1X1 + β2X2 + ε

Keterangan:

Y = Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

X1 = Efektivitas Sosialisasi PP No. 23

X2 = Rasa Tanggung Jawab Bernegara

Ε = tingkat kesalahan

1. **Uji Koefisien Determinasi (R2)**

Sebuah koefisien determinasi (R2) dapat membantu peneliti untuk menentukan atau mengukur seberapa besar pengaruh suatu model dalam menjelaskan variabel *dependent*. Nilai dari koefisien determinasi (R2) tersebut diantara 0 (nol) dan 1 (satu), dengan kriteria sebagai berikut:

1. Bila *R square* yang ada dalam tabel *model summary* bernilai kecil, ini menandakan kemampuan dari variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variabel *dependent*-nya kurang baik.
2. Bila *R square* yang ada dalam tabel *model summary* bernilai besar ini menandakan kemampuan dari variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variabel *dependent*-nya kurang baik.
3. **Uji F**

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh diantara semua variabel *independent­* secara keseluruhan terhadap variabel *dependent*-nya. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan tingkat signifikasi yang diperoleh terhadap tingkat kesalahan yang digunakan. Nilai dari tingkat signifikasi suatu model dapat dilihat di kolom sig pada tabel *anova*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika suatu model mempunyai tingkat signifikasi < 0,05 maka model regresi tersebut dapat di pergunakan.
2. Jika suatu model mempunyai tingkat signifikasi > 0,05 maka model regresi tersebut tidak dapat di pergunakan.
3. **Uji T**

Uji T bertujuan untuk menentukan masing-masing variabel *independent* berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel *dependent* yang telah ditetapkan. Dasar pengambilan keputusan dari uji T ialah dengan cara membandingkan nilai signifikasi yang diperoleh terhadap tingkat kesalahan yang digunakan, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikasi < 0,05, maka berarti tolak H0 yang artinya variabel *independent* tersebut mempengaruhi variabel *dependent* yang ada.
2. Jika nilai signifikasi > 0,05, maka berarti terima H0 yang artinya variabel *independent* tersebut tidak mempengaruhi variabel *dependent* yang ada.

1. Fiskus adalah petugas/pelayanan pajak. [↑](#footnote-ref-1)
2. Billboard adalah bentuk promisi iklan dengan ukuran besar yang biasanya diletakkan di tempat-tempat yang ramai dilihat orang. [↑](#footnote-ref-2)