

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel *Intervening*

Venti¹, Amelia Sandra²

^{1,2} *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*

ABSTRACT

The biggest revenue of a country is sourced from tax which is a measure of success of state economic. One of the tax revenues was received from MSMEs where the number of MSME loans that develops is not in accordance with the guarantee of MSMEs that contribute well to tax revenue including approval of tax payments. This research was conducted to find out whether tax socialization conducted by DGT and Taxpayer knowledge owned by taxpayers affected the obedience of personal entrepreneur with taxpayer awareness as mediating. The object of this research is Personal Entrepreneur Taxpayer which has a gross circulation below 4.8 billion which is located at ITC Cempaka Mas. Sampling uses Purposive Sampling as many as 100 respondents. This study uses validity test, reliability test, descriptive analysis, classic assumption test, regression analysis, F test, t test, R2 test with SPSS version 22 program and sobel test to analyze the effect of mediating variables. The conclusions obtained from this research are tax socialization has an effect on taxpayer awareness in the negative direction; tax knowledge does not affect taxpayer awareness but has a positive direction; tax socialization, tax knowledge, and taxpayer awareness affect the obedience of personal entrepreneur taxpayers with a positive direction; and awareness of taxpayers cannot mediate tax socialization and tax knowledge with the obedience of personal entrepreneur taxpayers.

Keywords: *Tax Socialization, Tax Knowledge, Taxpayer Awareness, Taxpayer Compliance*

ABSTRAK

Penerimaan terbesar negara berasal dari pajak yang menjadi tolak ukur dari keberhasilan perekonomian negara. Salah satu penerimaan pajak berasal dari UMKM dimana jumlah pelaku UMKM yang berkembang pesat tidak memastikan kontribusi yang mereka lakukan berjalan dengan baik termasuk kepatuhannya dalam melakukan kewajiban perpajakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sosialisasi perpajakan yang dilakukan DJP dan pengetahuan perpajakan yang dimiliki WP berpengaruh terhadap kepatuhan WPOP Usahawan (UMKM) dengan kesadaran Wajib Pajak sebagai pemediasi. Objek penelitian ini adalah WPOP Usahawan dengan peredaran bruto dibawah 4,8M di ITC Cempaka Mas. Pengambilan sampel dengan metode Purposive Sampling sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi, uji F, uji t, uji R2 dengan bantuan pengolahan data SPSS versi 22 dan uji sobel untuk menganalisis pengaruh variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran Wajib Pajak dengan arah negatif; pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kesadaran Wajib Pajak tetapi memiliki arah positif; sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan dan kesadaran Wajib Pajak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan dengan arah positif; dan kesadaran Wajib Pajak tidak dapat memediasi sosialisasi dan pengetahuan perpajakan dengan kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan.

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

1. PENDAHULUAN

Penerimaan terbesar negara berasal dari pajak yang menjadi tolak ukur dari keberhasilan perekonomian negara. Berdasarkan data APBN Kementerian Keuangan Indonesia (www.kemenkeu.go.id) ditargetkan pendapatan negara pada tahun 2019 sebesar 2.165,1 Triliun. Pajak merupakan sumber utama pendapatan negara sehingga penerimaan perpajakan pada tahun 2019 dianggarkan sebesar 1.786,4 Triliun yang terbagi menjadi 2 (dua), antara lain pendapatan pajak sebesar 1.577,56 Triliun dan kepabeanaan dan

cukai sebesar 208,82 Triliun. Dilihat dari data realisasi APBN 2019, penerimaan perpajakan (penerimaan pajak dan penerimaan kepabeanan dan cukai) mencapai 920,15 triliun atau 51,51% dari target APBN tahun 2019. Berdasarkan pembukuan yang tercatat di kas negara, capaian penerimaan pajak sampai dengan tanggal 31 Agustus 2019 telah menembus angka 800 Triliun (801,16 Triliun). Posisi penerimaan pajak ini telah mencapai 50,78% dari target penerimaan pajak APBN 2019.

Dari data tersebut, salah satu penerimaan pajak berasal dari UMKM, untuk periode Januari – Agustus 2019, meskipun mengalami penurunan tarif sebesar 50% dari 1% menjadi 0,5% yang mulai berlaku pada tanggal 1 Juli 2018, PPh Final UMKM hanya menunjukkan penurunan 23,67% dibandingkan periode yang sama ditahun 2018 dengan pertumbuhan yang stabil. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa penurunan penerimaan pajak UMKM ini dapat disebabkan dari menurunnya omzet pendapatan Wajib Pajak dan atau tidak menutup kemungkinan Wajib Pajak tidak melaporkan kewajiban perpajakannya.

Kepatuhan Wajib Pajak dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana Wajib Pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya (Nurmantu,2003 dalam Salman & Tjaraka,2019: 242). Meningkatkan kepatuhan perpajakan merupakan tujuan Direktorat Jenderal Pajak dalam mencapai target penerimaan pajak yang ditetapkan oleh APBN. Banyak faktor-faktor yang mendukung peningkatan kepatuhan pajak, salah satunya adalah kesadaran Wajib Pajak.

Menurut Suandy (2011) yang dikutip oleh Sari & Saryadi (2019), Kesadaran wajib pajak artinya wajib pajak mau dengan sendirinya melakukan kewajiban perpajakannya seperti mendaftarkan diri, menghitung, membayar dan melaporkan jumlah pajak terutang. Wajib pajak yang melakukan kewajiban perpajakannya adalah wajib pajak yang sadar akan pajak dan secara langsung memengaruhi tingkat kepatuhan Wajib Pajak.

Selain dari faktor kesadaran akan kewajiban perpajakan, menurut pernyataan (Wardani & Wati,2018), kepatuhan Wajib Pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor eksternal maupun faktor internal. Salah satu faktor eksternal yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah sosialisasi perpajakan. Berdasarkan Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor : SE-98/PJ/2011 dikatakan bahwa sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya dan proses memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat agar terdorong untuk paham, sadar, peduli, dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Faktor internal yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak yaitu pengetahuan perpajakan yang memicu kesadaran akan kewajiban perpajakan. Pengetahuan akan peraturan dan sistem perpajakan adalah proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak.

2. TELAAH PUSTAKA

Pajak Penghasilan

Undang-undang No 7 Tahun 1984 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No 36 Tahun 2008 yang mengatur pengenaan Pajak Penghasilan terhadap Subjek Pajak berkenaan dengan penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Yang menjadi subjek pajak penghasilan adalah orang pribadi; warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak; badan; dan Bentuk Usaha Tetap (BUT).

Wajib Pajak

Dalam UU KUP Pasal 1 Butir 1, Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Penyetoran dan Pelaporan Pajak

Menurut Rahayu (2017: 258), penyetoran atau pembayaran pajak dilakukan oleh Wajib Pajak sesuai dengan jenis pajak ke kas negara melalui Bank Persepsi/Pos Persepsi/Bank Devisa Persepsi/Bank Persepsi Mata Uang Asing. Selain itu Wajib Pajak diwajibkan menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT), terkait

hasil penghitungan dan pembayaran pajak yang terutang. Penyampaian SPT harus dilaksanakan sebelum jatuh tempo. Pelanggaran terhadap jatuh tempo pembayaran maupun pelaporan akan berakibat pada timbulnya sanksi administrasi bunga dan denda (Rahayu, 2017 : 272).

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan Pajak adalah faktor terpenting dalam sistem perpajakan modern terkait penerapan sistem pemungutan pajak self assessment dengan tujuan pada penerimaan pajak yang optimal (Rahayu,2017: 193). Oleh sebab itu, jika kepatuhan pajak tersebut dapat diwujudkan maka penerimaan pajak berpotensi meningkat. Menurut Zain (2003) dalam Pohan (2014: 126), kesadaran dan kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakan tergantung pada kemauan Wajib Pajak, sampai sejauh mana Wajib Pajak tersebut akan mematuhi ketentuan perundang-undangan perpajakan.

Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran Wajib Pajak merupakan kondisi dimana Wajib Pajak mengerti dan memahami arti, fungsi maupun tujuan pembayaran pajak kepada Negara (Rahayu,2017: 191). Penilaian positif wajib pajak terhadap pelaksanaan fungsi negara oleh pemerintah akan menggerakkan masyarakat untuk mematuhi kewajibannya untuk membayar pajak. Maka dari itu kesadaran Wajib Pajak mengenai perpajakan amatlah diperlukan guna meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak (Jotopurnomo & Mangoting,2013).

Sosialisasi Perpajakan

Menurut Andini et al. (2018), Sosialisasi perpajakan adalah upaya Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan informasi, pemahaman, dan pengetahuan kepada masyarakat, khususnya wajib pajak tentang perpajakan dan peraturan perundang-undangan. Berdasarkan Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor : SE-98/PJ/2011 dikatakan bahwa sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya dan proses memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat agar terdorong untuk paham, sadar, peduli, dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Pengetahuan Perpajakan

Pengetahuan Perpajakan adalah pengetahuan mengenai konsep ketentuan umum di bidang perpajakan, jenis pajak yang berlaku di Indonesia mulai dari subjek pajak, objek pajak, tarif pajak, perhitungan pajak terutang, pencatatan pajak terutang, sampai dengan bagaimana pengisian pelaporan pajak (Ghoni,2012). Menurut Wulandari (2015), indikasi dari tingkat pengetahuan adalah pemahaman terhadap peraturan serta kebijakan perpajakan, pemahaman akan kewajiban dalam menyampaikan SPT, serta pemahaman akan adanya sanksi pajak dalam hal keterlambatan/kealpaan dalam menyampaikan SPT.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak

Sosialisasi perpajakan adalah upaya Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan informasi, pemahaman, dan pengetahuan kepada masyarakat, khususnya wajib pajak tentang perpajakan dan peraturan perundang-undangan (Andini *et al.*,2018). Sosialisasi oleh Direktorat Jenderal Pajak, antara lain, dengan dilakukannya konseling, diskusi dengan wajib pajak dan tokoh masyarakat, penyampaian informasi dari pejabat pajak, papan iklan dan pembuatan situs web. (Savitri & Musfialdy,2016). Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa semakin banyak bentuk sosialisasi perpajakan yang dilakukan terhadap Wajib Pajak, maka semakin banyak Wajib Pajak yang sadar akan kewajiban perpajakannya. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulandari (2015) dan Sari & Saryadi (2019) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran Wajib Pajak.

Ha1 : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kesadaran Wajib Pajak

2. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak

Pengetahuan Perpajakan adalah pengetahuan mengenai konsep ketentuan umum di bidang perpajakan, jenis pajak yang berlaku di Indonesia mulai dari subjek pajak, objek pajak, tarif pajak, perhitungan pajak terutang, pencatatan pajak terutang, sampai dengan bagaimana pengisian pelaporan pajak (Ghoni,2012). Pengetahuan tentang peraturan perpajakan merupakan suatu proses dimana Wajib Pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk memenuhi kewajiban perpajakannya (Wulandari,2015). Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pengetahuan Wajib Pajak mengenai Perpajakan, maka semakin tinggi pula kesadaran Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Penelitian mengenai variabel ini dilakukan oleh Wulandari (2015) dan Sari & Saryadi (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran Wajib Pajak.

Ha2 : Pengetahuan Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kesadaran Wajib Pajak

3. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Kesadaran Wajib Pajak menurut Rahayu (2017: 191) merupakan kondisi dimana Wajib Pajak mengerti dan memahami arti, fungsi maupun tujuan pembayaran pajak kepada Negara. Kesadaran Wajib Pajak mengenai perpajakan amatlah diperlukan guna meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak (Jotopurnomo & Mangoting,2013). Menurut Rahayu (2017), dengan kesadaran Wajib Pajak yang tinggi akan memberikan pengaruh kepada meningkatnya kepatuhan pajak yang lebih baik lagi. Kesadaran membayar pajak selain menimbulkan kepatuhan pajak dapat pula menumbuhkan sikap kritis dalam menyikapi masalah perpajakan, seperti kebijakan-kebijakan pajak yang ditetapkan pemerintah. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa semakin Wajib Pajak sadar mengenai perpajakan Negara maka Wajib Pajak semakin patuh untuk membayar pajak. Penelitian terkait dengan variabel ini adalah Khasanah (2014), Wulandari (2015), Minje (2016), Kusumaningrum & Aeni (2017), Siahaan & Halimatusyadiah (2018), dan Sari & Saryadi (2019) yang menyatakan bahwa kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Ha3 : Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

4. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Sosialisasi merupakan hal yang penting dalam upaya peningkatan kesadaran dan kepatuhan Wajib Pajak. Menurut Winerugen (2013), sosialisasi yang diberikan kepada masyarakat dimaksudkan untuk memberikan pengertian kepada masyarakat akan pentingnya membayar pajak. Dengan sosialisasi perpajakan, wajib pajak mendapatkan informasi lebih jelas dan terperinci, sehingga pada akhirnya tingkat kepatuhan untuk membayar pajak meningkat. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa sosialisasi perpajakan dapat berpengaruh untuk menambah jumlah wajib pajak dan dapat menimbulkan kepatuhan dari wajib pajak yang secara otomatis menyebabkan tingkat kepatuhan wajib pajak akan semakin bertambah. Sehingga, semakin meningkat kegiatan sosialisasi yang dilakukan pemerintah (DJP) maka semakin meningkat pula kepatuhan Wajib Pajak dalam hal melaksanakan kewajiban perpajakannya. Penelitian terkait dilakukan oleh Wulandari (2015), Anwar & Syafiqurrahman (2016), Wardani & Wati (2018) dan Sari & Saryadi (2019) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Penelitian ini bertentangan dengan penelitian Winerugen (2013) dan Siahaan & Halimatusyadiah (2018) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Ha4 : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

5. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

Pengetahuan pajak menurut Sari & Jati (2019), merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak. Pengetahuan perpajakan yang baik dapat membantu meningkatkan kepatuhan wajib pajak akan pentingnya membayar pajak dan Wajib Pajak dapat melakukannya sesuai dengan

aturan perundang-undangan perpajakan. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh Wajib Pajak akan mempengaruhi patuh tidaknya Wajib Pajak itu sendiri dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Sehingga semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki Wajib Pajak mengenai perpajakan, maka akan mendorong Wajib pajak tersebut untuk semakin patuh dalam membayar pajak. Penelitian terkait dengan variabel ini dilakukan oleh Khasanah (2014), Wulandari (2015), Anwar & Syafiqurrahman (2016), Mintje (2016), Wardani & Wati (2018), Sari & Saryadi (2019) dan Wiyati *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum & Aeni (2017) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Ha5 : Pengetahuan Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan

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

Berdasarkan Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor : SE-98/PJ/2011 dikatakan bahwa sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya dan proses memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat agar terdorong untuk paham, sadar, peduli, dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Sosialisasi diharapkan dapat memotivasi masyarakat untuk memahami sehingga meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak hanya untuk meningkatkan pengetahuan, tetapi juga berdampak pada peningkatan kesadaran Wajib Pajak yang diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan. Sehingga, Semakin banyak bentuk sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh Dirjen Pajak, maka Wajib Pajak akan semakin sadar akan pajak yang mengakibatkan semakin patuhnya Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulandari (2015) menyatakan bahwa kesadaran Wajib Pajak tidak dapat dijadikan variabel *intervening* sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Hasil penelitian tersebut sama halnya dengan hasil penelitian Sari & Saryadi (2019) yang jelas menyatakan bahwa kesadaran Wajib Pajak tidak signifikan dalam memediasi antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

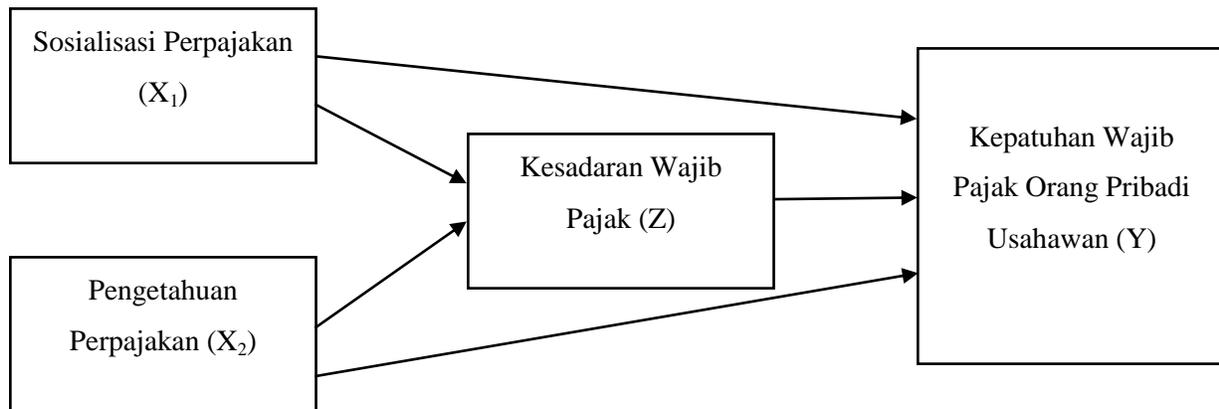
Ha6 : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui Kesadaran Wajib Pajak

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

Pengetahuan perpajakan menurut Minje (2016), adalah kemampuan atau seorang wajib pajak dalam mengetahui peraturan perpajakan baik itu soal tarif pajak berdasarkan undang-undang yang akan mereka bayar maupun manfaat pajak yang akan berguna bagi kehidupan mereka. Pada umumnya, seseorang yang memiliki pendidikan, akan sadar dan patuh terhadap hak dan kewajibannya, tanpa harus dipaksakan dan diancam oleh beberapa sanksi dan hukuman. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa Wajib Pajak yang berpengetahuan tentang pajak, secara sadar diri akan patuh membayar pajak. Semakin tinggi pengetahuan perpajakan yang dimiliki Wajib Pajak, maka semakin tinggi kesadaran Wajib Pajak terhadap kewajibannya sehingga dari tingginya kesadaran tersebut menyebabkan semakin tinggi juga kepatuhan Wajib Pajak dalam melakukan pembayaran pajak. Penelitian sebelumnya mengenai variabel ini dilakukan oleh Wulandari (2015) dan Sari & Saryadi (2019) yang menyatakan hasil penelitian yang sama bahwa kesadaran perpajakan tidak dapat dijadikan mediasi antara pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak.

Ha7 : Pengetahuan Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan melalui Kesadaran Wajib Pajak

Kerangka Pemikiran



3. METODE PENELITIAN

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan yang memiliki peredaran bruto (omzet) dibawah Rp 4.800.000.000 dalam 1 (satu) tahun yang berlokasi di ITC Cempaka Mas. Data-data ini diperoleh dari hasil pengisian kuisioner oleh para Wajib Pajak yang telah memenuhi kriteria tersebut pada bulan Desember 2019 – Januari 2020.

A. Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

Pada penelitian ini, variabel independen yang peneliti gunakan adalah Sosialisasi Perpajakan dengan indikator penelitian yang diambil dari dimensi sosialisasi yang dibagi menjadi dua, antara lain sosialisasi langsung dan tidak langsung (Herriyanto & Toly, 2013) dan Pengetahuan Perpajakan dengan indikator penelitian yang diambil dari Wulandari (2015) dimana dimensi penelitian dimodifikasi oleh peneliti. Masing-masing indikator diukur dengan menggunakan skala pengukuran *Likert*. Untuk variabel Sosialisasi Perpajakan, peneliti membuat skala penelitian dengan pemberian skor: 1= "Tidak Pernah Sama Sekali"; 2= "Tidak Pernah"; 3= "Kadang-kadang"; 4= "Sering"; 5= "Sangat Sering". Sedangkan untuk variabel Pengetahuan Perpajakan, karena bentuk kuisioner berupa pilihan ganda, peneliti memberikan skor: 1=Jika responden menjawab 1-4 pertanyaan yang benar; 2=Jika responden menjawab 5-8 pertanyaan yang benar; 3=Jika responden menjawab 9-12 pertanyaan yang benar; 4=Jika responden menjawab 13-16 pertanyaan yang benar; dan 5=Jika responden menjawab 17-20 pertanyaan yang benar.

2. Variabel Dependen

Pada penelitian ini, variabel dependen yang peneliti gunakan adalah Kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi usahawan. Indikator penelitian diambil dari dimensi kepatuhan yang dibagi menjadi dua, antara lain kepatuhan formal dan kepatuhan informal (Rahayu, 2017:193). Indikator dari variabel ini diukur dengan menggunakan skala pengukuran *Guttman*. Menurut Sugiyono (2016:96), Skala *Guttman* adalah penelitian yang dilakukan bila ingin mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan. Misalnya seperti "ya-tidak", "benar-salah", "pernah-tidak pernah", "positif-negatif" dan lain-lain. Dalam penelitian ini, peneliti membuat skala pengukuran *Guttman* dalam bentuk *checklist* dengan pemberian skor: 1 = "Ya"; dan 0 = "Tidak".

3. Variabel Intervening

Pada penelitian ini, variabel intervening yang peneliti gunakan adalah Kesadaran Wajib Pajak dengan indikator penelitian yang diambil pada dimensi yang bersumber dari Rahayu (2017:191).

Indikator dari variabel ini diukur dengan menggunakan skala pengukuran *Guttman*. Peneliti membuat skala pengukuran *Guttman* dalam bentuk *checklist* dengan pemberian skor: 1= "Ya"; dan 0= "Tidak".

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi komunikasi (*Communication Study*). Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuisisioner. Peneliti membagikan kuisisioner secara tatap langsung dan berkomunikasi dengan responden yang memenuhi kriteria sampel sesuai batasan dan objek penelitian. Kuisisioner yang dibagikan berisi pernyataan/pertanyaan yang mewakili setiap variabel dalam penelitian sehingga didapatkan informasi berupa data mengenai sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yaitu dengan metode *purposive sampling*. Metode ini mengambil sampel yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan karena memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran, 2017b:67). Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Adapun kriteria dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Sampel merupakan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan
2. Wajib Pajak tersebut memiliki peredaran bruto dibawah 4,8M dalam setahun
3. Tempat pengambilan sampel berlokasi di ITC Cempaka Mas

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, indikator setiap variabel diukur dengan menggunakan skala *likert* dan skala *Guttman*. Skala *likert* menurut Sekaran (2017a: 19), adalah suatu skala yang dirancang untuk menelaah seberapa kuat subjek menyetujui suatu pernyataan. Skala *likert* merupakan skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban (Ghozali,2016: 47). Sedangkan skala *Guttman* menurut Sugiyono (2016: 96) adalah penelitian yang dilakukan bila ingin mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan. Misalnya seperti "ya-tidak", "benar-salah", "pernah-tidak pernah", "positif-negatif" dan lain-lain. Skala *Guttman* selain dapat dibuat dalam bentuk pilihan ganda, juga dapat dibuat dalam bentuk *checklist*. Dalam skala pengukuran tersebut, maka terciptalah butir-butir pertanyaan/pernyataan yang dimuat ke dalam bentuk kuisisioner. Sebelum melakukan penyebaran kuisisioner, peneliti melakukan penyebaran Pra-Kuisisioner kepada 30 orang responden sehingga diperlukan pengujian kualitas data dengan menguji validitas dan reliabilitas untuk memastikan ketepatan dan kerelevanan data yang diperoleh.

2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif membahas informasi mengenai data yang diperoleh dalam suatu penelitian, yang digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness* atau kemencengan distribusi (Ghozali, 2016:19)

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan gambaran suatu data dari nilai rata-rata (*mean*), maksimum, minimum, dan frekuensi.

3. Uji Kualitas Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengujian kualitas data terhadap data pra-kuisisioner, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

4. Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan uji asumsi klasik atas penelitian ini, maka peneliti melakukan uji multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi berganda (*Multiple random analysis*) menurut Ghozali (2016: 139), adalah teknik multivariate yang sering kali digunakan dalam penelitian bisnis. Analisis ini menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Estimasi parameter yang digunakan dalam analisis berganda adalah sebagai berikut:

$$Z = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \epsilon_1$$

$$Y = \beta_0 + \beta_4X_1 + \beta_5X_2 + \beta_3Z + \epsilon_2$$

Keterangan :

- Z : Kesadaran Wajib Pajak
- Y : Kepatuhan Wajib Pajak
- X₁ : Sosialisasi Perpajakan
- X₂ : Pengetahuan Perpajakan
- β₀ : Konstanta
- β₁ - β₅ : Koefisien
- ε₁ - ε₂ : Error

6. Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Untuk menguji pengaruh variabel *intervening* digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau penggunaannya untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2017:237).

7. Uji Sobel

Tujuan dilakukan Sobel Test menurut Ghozali (2016: 242) adalah untuk menunjukkan signifikan atau tidaknya pengaruh mediasi (*intervening*). Pengujian ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X sebagai variabel dependen ke Y sebagai variabel independen lewat M sebagai variabel *intervening*. Rumus yang digunakan pada pengujian ini : $Sp1p3 = \sqrt{p3^2Sp1^2 + p1^2Sp3^2 + Sp1^2Sp3^2}$ dan $z_1 = \frac{p1p3}{Sp1p3}$. Dalam menentukan hasil dari pengujian ini, dapat dilihat jika nilai z hitung > 1,96 maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi, begitupula sebaliknya.

4. HASIL ANALISIS

A. Analisis Deskriptif

1. Uji Validitas

Berikut ini adalah tabel dari hasil uji validitas:

Variabel	Pernyataan/pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X ₁	1	0,721	0,3610	Valid
	2	0,791	0,3610	Valid
	3	0,748	0,3610	Valid
	4	0,754	0,3610	Valid
	5	0,525	0,3610	Valid
	6	0,505	0,3610	Valid
	7	0,472	0,3610	Valid
	8	0,704	0,3610	Valid

Variabel	Pernyataan/pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X ₂	-	-	-	-
Z	1	0,815	0,3610	Valid
	2	0,877	0,3610	Valid
	3	0	0,3610	Tidak Valid
	4	0,835	0,3610	Valid
	5	0,835	0,3610	Valid
	6	0	0,3610	Tidak Valid
Y	1	0,553	0,3610	Valid
	2	0,981	0,3610	Valid
	3	0,760	0,3610	Valid
	4	0,547	0,3610	Valid
	5	0,925	0,3610	Valid
	6	0,874	0,3610	Valid
	7	0	0,3610	Tidak Valid
	8	0	0,3610	Tidak Valid

Berdasarkan hasil data diatas, untuk variabel sosialisasi perpajakan setiap pernyataan dinyatakan valid karena memiliki r hitung $>$ r tabel. Variabel pengetahuan perpajakan tidak dilakukan pengujian karena hanya untuk mengetahui pengetahuan Wajib Pajak tentang perpajakan. Variabel kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak memiliki 2 pernyataan tidak valid. Oleh sebab itu, butir pernyataan yang tidak valid dikeluarkan dari pernyataan dan tidak digunakan dalam kuisioner penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Berikut ini adalah tabel dari hasil uji reliabilitas:

Variabel	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Keterangan
X ₁	0,806	Reliabel
X ₂	1,000	Reliabel
Z	0,729	Reliabel
Y	0,836	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas kuisioner tersebut, setiap variabel independent dan dependen memiliki nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,7 sehingga setiap konstruk atau variabel yang digunakan dapat dikatakan reliabel. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan kuisioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

B. Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan gambaran suatu data dari nilai rata-rata (mean), maksimum, minimum, dan frekuensi. Berikut ini adalah tabel hasil output dari pengujian statistik deskriptif yang diolah dengan SPSS Statistics 22:

Variabel	N	Frekuensi Jawaban		Rata-rata Jawaban
		Minimum	Maksimum	
X ₁	100	1	5	2,57
X ₂	100	1	5	3,31
Z	100	0	1	0,725
Y	100	0	1	0,663

Penjelasan dari hasil output diatas sebagai berikut:

1. Sosialisasi Perpajakan (X_1)

Dilihat dari hasil output diatas, variabel sosialisasi perpajakan memiliki nilai minimum 1 dan maksimum 5 yang artinya sebagian responden menyatakan tidak pernah melihat sosialisasi yang dilakukan oleh DJP, dan Sebagian lagi sering melihat sosialisasi yang dilakukan oleh DJP mengenai pajak. Kemudian, secara keseluruhan pernyataan diperoleh rata-rata jawaban sebesar 2,57. Dapat diartikan bahwa menurut persepsi responden secara rata-rata, KPP tempat mereka terdaftar/DJP secara keseluruhan kadang-kadang atau jarang melakukan sosialisasi perpajakan. Hal ini dapat disebabkan dari kurangnya/jarangnya responden melihat sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh DJP di KPP, tempat umum (*Mall*, Kantor Pemerintahan, dll) selain di KPP, dan kurangnya/jarangnya responden membaca dan mendengar mengenai sosialisasi perpajakan di koran / Majalah / tabloid/buku, baliho / billboard / spanduk / pamflet, TV, radio, *instagram* / *youtube* / *website* DJP.

2. Pengetahuan Perpajakan (X_2)

Variabel pengetahuan perpajakan memiliki nilai minimum 1 dan maksimum 5 yang artinya sebagian responden hanya mampu menjawab 1-4 pertanyaan dengan benar sehingga menyatakan bahwa pengetahuan yang dimiliki responden dapat dikatakan rendah, sedangkan sebagian lagi dapat menjawab 17-20 pertanyaan dengan benar sehingga menyatakan bahwa pengetahuan yang dimiliki responden dapat dikatakan tinggi mengenai perpajakan. Dengan demikian, secara keseluruhan pertanyaan diperoleh rata-rata jawaban sebesar 3,31. Dapat diartikan bahwa secara rata-rata seluruh responden memiliki pengetahuan yang cukup mengenai kewajiban dan hak perpajakannya.

3. Kesadaran Wajib Pajak (Z)

Variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai minimum 0 dan maksimum 1 yang artinya sebagian responden menyatakan bahwa mereka kurang/tidak sadar akan hak dan kewajiban perpajakannya dan sebagian lagi sadar. Dengan demikian, secara keseluruhan pernyataan diperoleh rata-rata jawaban sebesar 0,725. Dapat diartikan bahwa secara rata-rata responden dalam penelitian ini sudah sadar akan hak dan kewajiban perpajakannya

4. Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Variabel kepatuhan wajib pajak memiliki nilai minimum 0 dan maksimum 1 yang artinya sebagian responden menyatakan bahwa mereka kurang/tidak patuh akan kewajiban perpajakannya dan sebagian lagi patuh. Dengan demikian, secara keseluruhan pernyataan diperoleh rata-rata jawaban sebesar 0,663. Dapat diartikan bahwa secara rata-rata responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai Wajib Pajak patuh.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

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

Variabel	Multikolonieritas		Autokorelasi	Heteroskedastisitas	Normalitas
	Tol.	VIF			
Estimasi Parameter Persamaan 1					
X_1	0,999	1,001	0,070	0,788	0,007
X_2	0,999	1,001		0,911	
Estimasi Parameter Persamaan 2					
X_1	0,896	1,117	0,688	0,489	0,027
X_2	0,982	1,018		0,918	
Z	0,885	1,130		0,475	

Berdasarkan hasil pengujian multikolonieritas pada persamaan 1 dan 2 dapat dilihat bahwa setiap variabel memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 yang menunjukkan bahwa tidak adanya multikolonieritas pada semua variabel disetiap persamaan.

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi pada persamaan 1 dan 2 dapat dilihat bahwa nilai model regresi $> 0,05$ yang menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas pada persamaan 1 dan 2 dapat dilihat bahwa setiap variabel memiliki nilai probabilitas $> 0,05$ yang menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas pada persamaan 1 dan persamaan 2 dapat dilihat bahwa model regresi $< 0,05$ yang menunjukkan data tidak terdistribusi normal. Namun berdasarkan Bowerman, *et al* (2017: 335) dikatakan bahwa data dianggap memiliki distribusi normal karena jumlah sampel yang dimiliki dalam pengujian ini lebih besar dari 30. Dikarenakan penelitian ini menggunakan 100 sampel, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

2. Uji Analisis Regresi Berganda

a. Estimasi Parameter

Berikut adalah hasil dari uji analisis regresi berganda dari 2 estimasi parameter:

Keterangan	B	Keterangan
Estimasi Parameter Persamaan 1		
Konstanta	3,698	-
X ₁	-0,062	Koefisien Negatif (-)
X ₂	0,146	Koefisien Positif (+)
Estimasi Parameter Persamaan 2		
Konstanta	-1,389	-
X ₁	0,049	Koefisien Positif (+)
X ₂	0,763	Koefisien Positif (+)
Z	0,632	Koefisien Positif (+)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada persamaan 1 (satu), maka dapat diperoleh persamaan regresi yaitu $Z = 3,689 - 0,062 X_1 + 0,146 X_2 + \epsilon_1$, artinya bahwa pada persamaan ini diperoleh nilai konstanta sebesar 3,689, nilai koefisien regresi untuk Sosialisasi Perpajakan sebesar -0,062, dan Pengetahuan Perpajakan sebesar 0,146 terhadap Kesadaran Wajib Pajak.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada persamaan 2 (dua), maka dapat diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = -1,389 + 0,049 X_1 + 0,763 X_2 + 0,632 Z + \epsilon_2$, artinya bahwa pada persamaan ini diperoleh nilai konstanta sebesar -1,389, nilai koefisien regresi untuk Sosialisasi Perpajakan sebesar 0,049, Pengetahuan Perpajakan sebesar 0,763 dan Kesadaran Wajib Pajak sebesar 0,632 terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

b. Uji F, t, dan R²

Berikut adalah hasil dari uji F, t dan R² dari 2 estimasi parameter:

Variabel	B	Uj F	Uji t		Uji R ²
			2-tailed	1-tailed	
Estimasi Parameter Persamaan 1					
X ₁	-0,062 (-)	0,003	0,005	0,005	0,115
X ₂	0,146 (+)		0,1015	0,1015	
Estimasi Parameter Persamaan 2					
X ₁	0,049 (+)	0,000	0,047	0,047	0,314
X ₂	0,763 (+)		0,000	0,000	
Z	0,632 (+)		0,000	0,000	

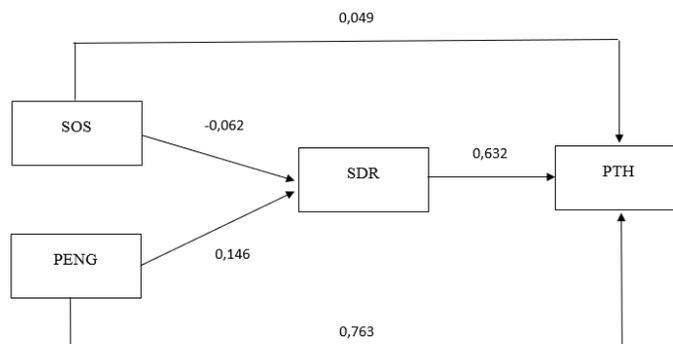
Berdasarkan hasil uji F pada persamaan 1 dan 2 dapat dilihat bahwa keduanya memiliki nilai probabilitas $< 0,05$. Artinya, pada persamaan 1, sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan secara bersama-sama mempengaruhi kesadaran wajib pajak. Sedangkan persamaan 2, sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan dan kesadaran wajib pajak secara bersama-sama mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan hasil uji t pada persamaan 1 dapat dilihat bahwa variabel X_1 memiliki nilai probabilitas (*1-tailed*) $< 0,05$ yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak dengan arah negatif. Sedangkan variabel X_2 memiliki nilai probabilitas (*1-tailed*) $> 0,05$ yang menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak dengan arah positif. Begitu juga pada persamaan 2, dapat dilihat bahwa variabel X_1 , X_2 dan Z memiliki nilai probabilitas (*1-tailed*) $< 0,05$ yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan dan kesadaran wajib pajak secara individual berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dengan arah positif.

Berdasarkan hasil uji R^2 pada persamaan 1 dan 2, masing-masing memiliki nilai 0,115 dan 0,314. Artinya, pada persamaan 1, pengaruh variabel Sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan terhadap variabel kesadaran wajib pajak sebesar 11,5% (perhitungan 0,115 dikali dengan 100%), sisanya sebesar 88% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Sedangkan, pada persamaan 2, Sosialisasi Perpajakan dan Pengetahuan Perpajakan yang dimediasi oleh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 31,4% (perhitungan 0,314 dikali dengan 100%), sisanya sebesar 68,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

3. Uji Analisis Jalur (Path Analysis)

Berikut adalah model analisis jalur yang dihasilkan:



Dari model analisis jalur diatas didapatkan pengaruh langsung sosialisasi perpajakan kepatuhan wajib pajak (0,049) dan pengetahuan perpajakan ke kepatuhan wajib pajak (0,763). Sedangkan pengaruh tidak langsung sosialisasi perpajakan kepatuhan wajib pajak ($-0,062 \times 0,632 = -0,039184$) dan pengetahuan perpajakan ke kepatuhan wajib pajak ($0,146 \times 0,632 = 0,092272$).

4. Uji Sobel

Pada analisis jalur diperoleh pengaruh mediasi Kesadaran Wajib Pajak untuk variabel Sosialisasi Perpajakan sebesar -0,039184 dan Pengetahuan Perpajakan sebesar 0,092272. Kemudian diuji dengan uji sobel yang menghasilkan $z_1 = -2,539962$ dan $z_2 = 1,194924$, diartikan bahwa tidak ada pengaruh mediasi dari variabel Kesadaran Wajib Pajak (Z) yang menghubungkan antara variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1) dan Pengetahuan Perpajakan (X_2) dengan Kepatuhan Wajib Pajak (Y).

D. Pembahasan

1. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar $-0,062$ dimana angka tersebut menunjukkan arah negatif terhadap Kesadaran Wajib Pajak. Dilihat dari hasil pengujian t sebesar $0,0005 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak dengan arah negatif. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2015) dan Sari & Saryadi (2019) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran Wajib Pajak. Koefisien regresi yang menunjukkan arah negatif menjelaskan bahwa semakin sedikit Wajib Pajak melihat, membaca atau mendengar mengenai sosialisasi perpajakan maka semakin tinggi Kesadaran Wajib Pajak. Dapat dibuktikan dari rata-rata total variabel Sosialisasi Perpajakan pada analisis deskriptif yaitu sebesar $2,57$, artinya secara rata-rata keseluruhan Wajib Pajak merasa bahwa DJP kadang-kadang atau jarang melakukan sosialisasi perpajakan. Hal ini dapat disebabkan dari kurangnya /jarangnya responden melihat sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh DJP di KPP, tempat umum (*Mall*, Kantor Pemerintahan, dll) selain di KPP, dan kurangnya/jarangnya responden membaca dan mendengar mengenai sosialisasi perpajakan di koran / Majalah / tabloid/buku, baliho / *billboard* / spanduk / *pamflet*, TV, radio, *instagram* / *youtube* / *website* DJP. Dan pada variabel Kesadaran Wajib Pajak memiliki rata-rata total pada analisis deskriptif sebesar $0,725$, artinya Wajib Pajak memiliki kesadaran yang tinggi terhadap hak dan kewajiban perpajakannya.

Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini Wajib Pajak berpendapat tidak pernah/jarang melihat/mendengar sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh DJP, tetapi Wajib Pajak tersebut sadar bahwa membayar pajak itu penting. Hal ini dapat disebabkan karena kewajiban perpajakan responden dilaksanakan oleh jasa orang lain/konsultan pajak, dibuktikan dari gambaran responden terlihat sebanyak 65% Wajib Pajak menggunakan jasa orang lain/konsultan pajak untuk melakukan perpajakannya, sehingga bisa dikatakan bahwa informasi mengenai perpajakan tersebut diketahui dari orang lain/konsultan pajak Wajib Pajak itu sendiri. Itulah sebabnya mengapa Sosialisasi Perpajakan rendah tetapi Kesadaran Wajib Pajak tetap tinggi. Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa H_1 ditolak.

2. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar $0,146$, dimana angka tersebut menunjukkan arah positif terhadap Kesadaran Wajib Pajak. Dilihat dari hasil pengujian t sebesar $0,1015 > 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Pengetahuan Perpajakan tidak berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak tetapi memiliki arah positif. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wulandari (2015) dan Sari & Saryadi (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran Wajib Pajak. Koefisien regresi yang menunjukkan arah positif menjelaskan bahwa Pengetahuan Perpajakan menunjukkan arah yang sama dengan Kesadaran Wajib Pajak yang berarti tinggi rendahnya Pengetahuan Perpajakan akan memiliki arah yang sama dengan tinggi rendahnya Kesadaran Wajib Pajak, tetapi dalam penelitian ini tidak berpengaruh. Dapat dibuktikan dari rata-rata total variabel Pengetahuan Perpajakan pada analisis deskriptif yaitu sebesar $3,31$, artinya secara rata-rata responden memiliki pengetahuan yang cukup mengenai perpajakan. Dan pada variabel Kesadaran Wajib Pajak memiliki rata-rata total pada analisis deskriptif sebesar $0,725$, artinya Wajib Pajak memiliki kesadaran yang tinggi terhadap hak dan kewajiban perpajakannya.

Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini berapa pun tingkat pengetahuan Wajib Pajak tidak berpengaruh terhadap kesadaran Wajib Pajak. Baik Wajib Pajak yang memiliki pengetahuan yang rendah atau tinggi, Wajib Pajak tetap sadar akan perpajakannya. Hal tersebut dapat disebabkan dari penggunaan jasa orang lain/konsultan pajak yang digunakan oleh Wajib Pajak tersebut untuk melakukan perpajakannya sehingga mendorong Wajib Pajak mengetahui

dan menyadari kewajiban perpajakannya walaupun memiliki pengetahuan yang rendah/tinggi tentang perpajakan. Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa **H₂ ditolak**.

3. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan WPOP Usahawan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,632, dimana angka tersebut menunjukkan arah positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Dilihat dari hasil pengujian t sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan dengan arah positif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Khasanah (2014), Wulandari (2015), Minje (2016), Kusumaningrum & Aeni (2017), Siahaan & Halimatusyadiah (2018), dan Sari & Saryadi (2019) yang menyatakan bahwa kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Koefisien regresi yang menunjukkan arah positif menjelaskan bahwa tinggi rendahnya kesadaran Wajib Pajak akan memiliki arah yang sama dengan tinggi rendahnya kepatuhan Wajib Pajak. Dapat dibuktikan dari rata-rata total variabel Kesadaran Wajib Pajak pada analisis deskriptif yaitu sebesar 0,725, artinya secara rata-rata, Wajib pajak sadar akan hak dan kewajiban perpajakannya. Dan pada variabel Kepatuhan Wajib Pajak memiliki rata-rata total pada analisis deskriptif sebesar 0,663, artinya Wajib Pajak dikategorikan sebagai Wajib Pajak yang patuh.

Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini Wajib Pajak sadar mengenai hak dan kewajiban perpajakannya sehingga Wajib Pajak pun patuh untuk membayar pajak. Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa **H₃ diterima**.

4. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP Usahawan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,049, dimana angka tersebut menunjukkan arah positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Dilihat dari hasil pengujian t sebesar $0,047 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan dengan arah positif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wulandari (2015), Anwar & Syafiqurrahman (2016), Wardani & Wati (2018) dan Sari & Saryadi (2019) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Koefisien regresi yang menunjukkan arah positif menjelaskan bahwa sering/tidaknya Sosialisasi Perpajakan akan memiliki arah yang sama atau searah dengan tinggi/rendahnya Kepatuhan Wajib Pajak. Dapat dibuktikan dari rata-rata total variabel Sosialisasi Perpajakan pada analisis deskriptif yaitu sebesar 2,57, artinya secara rata-rata keseluruhan Wajib Pajak merasa bahwa DJP kadang-kadang atau jarang melakukan sosialisasi perpajakan. Dan pada variabel Kepatuhan Wajib Pajak memiliki rata-rata total pada analisis deskriptif sebesar 0,663, artinya Wajib Pajak dikategorikan sebagai Wajib Pajak yang patuh.

Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini dilihat dari gambaran responden yang banyak menggunakan jasa orang lain/konsultan pajak untuk melakukan perpajakannya, maka sebagian besar mendorong Wajib Pajak untuk patuh membayar pajak sehingga kepatuhan Wajib pajak dikatakan tinggi walaupun Wajib Pajak tidak melihat/mendengar sendiri ada/tidaknya Sosialisasi Perpajakan yang dilakukan oleh DJP. Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa **H₄ diterima**.

5. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP Usahawan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,763, dimana angka tersebut menunjukkan arah positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Dilihat dari hasil pengujian t sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat diartikan bahwa Pengetahuan Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan arah positif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Khasanah (2014), Wulandari (2015), Anwar & Syafiqurrahman

(2016), Mintje (2016), Wardani & Wati (2018), Sari & Saryadi (2019) dan Wiyati *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Koefisien regresi yang menunjukkan arah positif menjelaskan bahwa Pengetahuan Perpajakan menunjukkan arah yang sama dengan Kepatuhan Wajib Pajak yang berarti tinggi rendahnya Pengetahuan Perpajakan akan memiliki arah yang sama dengan tinggi rendahnya Kesadaran Wajib Pajak. Dapat dibuktikan dari rata-rata total variabel Pengetahuan Perpajakan pada analisis deskriptif yaitu sebesar 3,31, artinya Wajib Pajak cukup memiliki pengetahuan tentang perpajakan. Dan pada variabel Kepatuhan Wajib Pajak memiliki rata-rata total pada analisis deskriptif sebesar 0,663, artinya Wajib Pajak dikategorikan sebagai Wajib Pajak yang patuh.

Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini dengan pengetahuan yang cukup dimiliki oleh Wajib Pajak mengenai perpajakan, Wajib Pajak tetap patuh untuk membayar pajaknya. Hal ini dapat disebabkan dari sebagian besar responden yang menggunakan jasa orang lain/konsultan pajak untuk melakukan perpajakannya yang dapat dilihat pada gambaran responden sehingga responden didorong dan dituntut untuk patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya walaupun pengetahuannya tidak terlalu tinggi atau cukup mengenai perpajakan. Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa **H₅ diterima**.

6. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP Usahawan dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel *Intervening*

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil pengujian z sebesar $-2,539962 < 1,96$, maka dapat dikatakan bahwa Kesadaran Wajib Pajak tidak dapat memediasi Sosialisasi Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2015) dan Sari & Saryadi (2019) yang menyatakan bahwa kesadaran Wajib Pajak tidak dapat dijadikan variabel *intervening* Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan. Dapat dibuktikan dari pengaruh langsung Sosialisasi Perpajakan ke Kesadaran Pajak menunjukkan pengaruh negatif yang menjelaskan bahwa Sosialisasi Perpajakan berlawanan arah dengan Kesadaran Wajib Pajak sehingga Kesadaran Wajib Pajak tidak dapat memediasi Sosialisasi Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak. Sedangkan pengaruh langsung Kesadaran Wajib Pajak ke Kepatuhan Wajib Pajak menunjukkan pengaruh positif yang menjelaskan bahwa Kesadaran Wajib pajak memiliki arah yang sama dengan Kepatuhan Wajib Pajak.

Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini Sosialisasi Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak tidak dapat diukur melalui kesadaran Wajib Pajak itu sendiri karena Wajib Pajak didorong dan dituntut untuk sadar dan patuh oleh jasa orang lain/konsultan pajak yang digunakannya. Sehingga informasi mengenai pajak yang didapatkan Wajib Pajak sebagian besar bersumber dari Jasa orang lain/Konsultan pajak yang menuntut kesadaran dan kepatuhan akan kewajiban perpajakannya. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa **H₆ ditolak**.

7. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP Usahawan dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel *Intervening*

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil pengujian z sebesar $1,194924 < 1,96$, maka dapat disimpulkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak tidak dapat memediasi Pengetahuan Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2015) dan Sari & Saryadi (2019) yang menyatakan hasil penelitian yang sama bahwa kesadaran perpajakan tidak dapat dijadikan mediasi antara pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan. Dapat dibuktikan dari pengaruh langsung Pengetahuan Perpajakan ke Kesadaran Wajib Pajak menunjukkan tidak adanya pengaruh tetapi memiliki arah yang positif sehingga Kesadaran Wajib Pajak tidak dapat memediasi Pengetahuan Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak. Sedangkan pengaruh

langsung Kesadaran Wajib Pajak ke Kepatuhan Wajib Pajak menunjukkan pengaruh positif yang menjelaskan bahwa Kesadaran Wajib pajak memiliki arah yang sama dengan Kepatuhan Wajib Pajak.

Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini Pengetahuan Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak tidak dapat diukur melalui Kesadaran Wajib Pajak itu sendiri karena Wajib Pajak didorong dan dituntut untuk sadar dan patuh oleh jasa orang lain/konsultan pajak yang digunakannya. Sehingga pengetahuan Wajib Pajak mengenai perpajakan bersumber dari jasa orang lain/konsultan pajak yang mendorong secara langsung Wajib Pajak untuk patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa **H₇ ditolak**.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

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

1. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak dengan arah negatif.
2. Pengetahuan Perpajakan tidak berpengaruh terhadap Kesadaran Wajib Pajak tetapi memiliki arah positif.
3. Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan dengan arah positif.
4. Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan dengan arah positif.
5. Pengetahuan Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan dengan arah positif.
6. Kesadaran Wajib Pajak tidak dapat memediasi hubungan antara Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan.
7. Kesadaran Wajib Pajak tidak dapat memediasi hubungan antara Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran yang hendak diberikan, yaitu:

1. Bagi Direktorat Jenderal Pajak

Program inklusi Kesadaran Pajak yang telah dijalankan oleh DJP bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan yang ditujukan untuk menumbuhkan rasa sadar dan patuh akan pajak sudah baik, namun alangkah baiknya jika program tersebut ditingkatkan dan dikaji ulang dengan melihat faktor-faktor lain selain kesadaran dari masyarakat sebagai Wajib Pajak, seperti banyaknya kasus korupsi atas anggaran pemerintah, motivasi Wajib Pajak, sanksi pajak, dll yang dapat memengaruhi kesadaran dan kepatuhan Wajib Pajak itu sendiri.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Keterbatasan penelitian ini hanya diukur dari Wajib Pajak yang patuh dengan melihat seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel-variabel yang peneliti gunakan. Mungkin peneliti selanjutnya dapat mengukur dari segi Wajib Pajak yang tidak patuh dengan melakukan penelitian langsung ke KPP atau dari sekian kuisioner yang disebarkan peneliti selanjutnya mengambil data Wajib Pajak yang tidak patuh sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama.
- b. Mengembangkan setiap pertanyaan/ pernyataan kuisioner yang lebih sesuai dan tepat dengan kondisi perpajakan yang terjadi.
- c. Mengganti atau menambahkan jumlah variabel independen lainnya sehingga lebih luas lagi dalam menjelaskan variabel dependen. Hal ini dikarenakan, koefisien determinasi pada penelitian ini hanya sekian persen (%) atau masih dapat dikatakan kecil dan terbatas.

- d. Menentukan ukuran sampel (responden) yang lebih besar sehingga hasil uji dapat dikatakan lebih kuat dan memperluas ruang lingkup penelitian.

DAFTAR PUSTAK

- Andini, Prita, Sugeng Riyadi, Setyani Dwi Lestari & Yuwono. (2018). *Law Enforcement, Taxation Socialisation, and Motivation on Taxpayer Compliance with Taxation Knowledge as Moderating Variable*. *Pertanika Journals: Social Sciences & Humanities*. 26 (T): p.77-87, diakses 13 November 2019.
- Anwar, Rizky Akbar & Muhammad Syafiqurrahman. (2016). *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Perpajakan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Surakarta Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Pemediasi*. *Jurnal InFestasi*, Vol. 12, No. 1, p. 66-74, diakses 13 November 2019.
- Bowerman, B. L., O'Connell, R. T., & Murphree, E. S. (2017). *Business Statistics In Practice Using Data, Modelling, And Analytics, Eight Edition*. New York : McGraw-Hill Education.
- Direktorat Jenderal Pajak. 29 September 2011. Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE-98/PJ/2011 Tentang *Pedoman Penyusunan Rencana Kerja dan Laporan Kegiatan Penyuluhan Perpajakan Unit Vertikal di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak*.
- Ghoni, Husen Abdul. (2012). *Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Daerah*. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, Vol. 1, No. 1, diakses 14 Desember 2019.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herriyanto, Marisa & Agus Arianto Toly. (2013). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kegiatan Sosialisasi Perpajakan, dan Pemeriksaan Pajak terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan di KPP Pratama Surabaya Sawahan*. *Tax & Accounting Review*, Vol. 1, No. 1, p. 124-135, diakses 21 November 2019.
- Jotopurnomo, Cindy & Yenni Mangoting. (2013). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Sanksi Perpajakan, Lingkungan Wajib Pajak Berada terhadap Kepatuhan Wajib Orang Pribadi di Surabaya*. *Tax & Accounting Review*, Vol. 1, No. 1, p. 50-54, diakses 6 November 2019.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, *Anggaran Pendapatan Belanja Negara 2019*, diakses 3 November 2019, <https://www.kemenkeu.go.id/apbn2019>
- Khasanah, Septiyani Nur. (2014). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2013*. *Jurnal Profita Edisi 8*, p. 1-13, diakses 23 November 2019.
- Kusumaningrum, Nurul Arvi & Ida Nur Aeni. (2017). *Pengaruh Tax Amnesty, Pengetahuan Perpajakan, dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Pati*. *Accounting Global Journal*, Vol. 1, No. 1, p. 209-224, diakses 22 November 2019.
- Mintje, Megahsari Seftianti. (2016). *Pengaruh sikap, Kesadaran, dan Pengetahuan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik (UMKM) Dalam Memiliki (NPWP) (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik UMKM yang Terdaftar di KPP Pratama Manado)*. *Jurnal EMBA*, Vol. 4, No. 1, p. 1031-1043, diakses 6 November 2019.
- Nurmantu, Safri. (2005). *Pengantar Perpajakan*. Jakarta: Granit
- Rahayu, Nurulita. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak, Dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. *Akuntansi Dewantara*. Vol. 1. No. 1, p. 15-30, diakses 7 November 2019.
- Rahayu, Siti Kurnia. (2017). *Perpajakan : Konsep dan Aspek Formal*. Bandung : Rekayasa Sains.
- Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan*. Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 133. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tatacara Perpajakan Menjadi Undang-Undang*. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 62. Sekretariat Negara. Jakarta.

- Republik Indonesia. 2018. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu*. Lembaran Negara RI Tahun 2018, No. 89. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Resmi, Siti. (2019). *Perpajakan : Teori dan Kasus*. Jakarta : Salemba Empat.
- Salman, Kautsar R., & H. Heru Tjaraka. (2019). *Pengantar Perpajakan : Cara Meningkatkan Kepatuhan Pajak*. Jakarta : Indeks.
- Sari, Intan Karunia & Saryadi. (2019). *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelaku UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Semarang TImur)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol. 8. No. 2. diakses 10 Oktober 2019.
- Sari, Ni Putu Yunita & I Ketut Jati. (2019). *Pengaruh Sistem Administrasi Perpajakan Modern, Pengetahuan Perpajakan Dan Kualitas Pelayanan Fiskus Pada Kepatuhan WPOP*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol. 26, No. 1, p. 310-339, diakses 4 Desember 2019.
- Savitri, Enni & Musfiaily. (2016). *The Effect of Taxpayer Awareness, Tax Socialization, Tax Penalties, Compliance Cost at Taxpayer Compliance with Service Quality as Mediating Variabel*. Procedia Social and Behavioral Science 219 p. 682-687, diakses 24 November 2019.
- Sekaran, Uma & Roger Bougie. (2017a), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6, Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, Uma & Roger Bougie. (2017b), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6, Jakarta : Salemba Empat.
- Siahaan, Stefani & Halimatusyadiah. (2018). *Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. Jurnal Akuntansi, Vol. 8, No. 1, p. 1-13, diakses 31 Oktober 2019.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tiraada, Tryana A.M. (2013). *Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan WPOP Di Kabupaten Minahasa Selatan*. Jurnal EMBA, Vol. 1, No.3, p. 999-1008, diakses 22 November 2019.
- Wardani, Dewi Kusuma & Erma Wati. (2018). *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pengetahuan Perpajakan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen)*. Jurnal Nominal, Vol. 4, No. 1, April 2018, p. 33-54, diakses 3 November 2019.
- Winerugan, Oktaviane Lidya. (2013). *Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Manado dan KPP Bitung*. Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 3, p. 960-970, diakses 6 November 2019.
- Wiyati, Sari, Endang Masitoh & Anita Wijayanti. (2019). *Pengaruh Persepsi tentang Pengetahuan, Peraturan, dan Manfaat Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM pada KPP Pratama Surakarta*. Edunomika, Vol. 3, No. 1, p. 74-80, diakses 25 November 2019.
- Wulandari, Tuti. (2015). *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Senapelan)*. Jom FEKON, Vol. 2, No. 2, p. 1-15, diakses 23 November 2019.