

Dampak Sosialisasi Insentif Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Kabupaten Jember

Nunung Purwati¹kantorpusat@unmuhjember.ac.id, Diyah Probowulan², Achmad Syahfrudin
Zulkarnaeni³

¹²³Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

¹²³Universitas Muhammadiyah Jember

Nunungpur16@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the magnitude of the effect of socialization through education, social media, communication skills and tax incentives on motor vehicle taxpayer compliance in Jember Regency. This study uses quantitative methods. Data collection is done by distributing questionnaires using google form. Data were analyzed using IBM SPSS 20. The population in this study were all motor vehicle taxpayers in Jember Regency in 2017-2021, which amounted to 4,109,741. The research sample used was in accordance with the slovin formula calculation of 99,9 (rounded 100) or the respondents were 100. The sampling technique in this study was using convenience sampling. The variables in this study are the effect of education, social media, communication skills, tax incentives on motor vehicle taxpayer compliance in Jember Regency. The results showed that partially education had no positive and insignificant effect on motor vehicle taxpayer compliance as evidenced by the t-count value of (-1.971) or <1,1661 and the significant value of 0,052 or >0,05. While on social media, communication skills, and tax incentives have a positive and insignificant effect on motor vehicle taxpayer compliance, it is proven that the t-count value of the three variables is (6,108), (3,200), (3464) or >1,661 and a significant value of the three variables the variables are (0,000), (0,002), and (0,001) or <0,05. While the results on the simultaneous test show that education, social media, communication skills, and tax incentives together have a significant effect on motor vehicle taxpayer compliance as evidenced by the F-count value of (64,277) or >2,47.

Keywords : *Education, Social Media, Communication Skills, Tax Incentives, Taxpayer Compliance.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui besaran pengaruh sosialisasi melalui edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form*. Data dianalisis menggunakan *IBM SPSS Statistics 20*. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember Tahun 2017-2021 yang berjumlah 4.109.741. Sampel penelitian yang digunakan sesuai dengan

Kata Kunci:

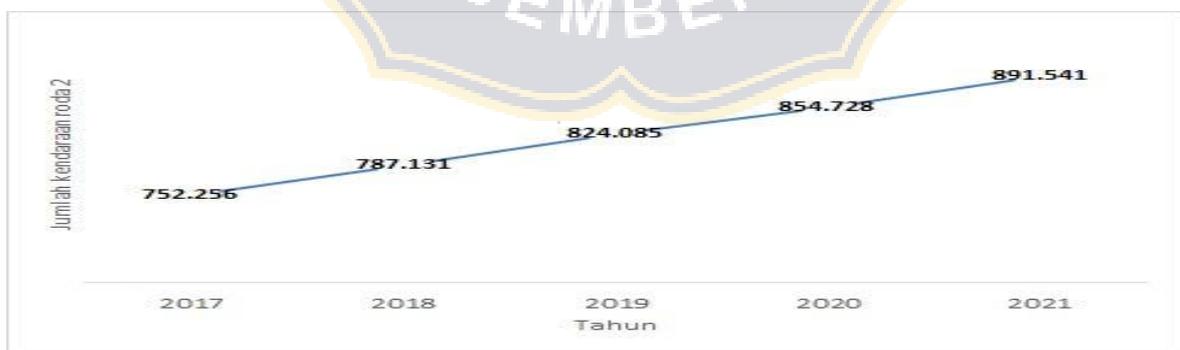
Tuliskan 3-5 keywords yang mencerminkan substansi dari tulisan ini dan pisahkan dengan semicolon (;)

perhitungan rumus *slovin* sebesar 99,9 (dibulatkan 100) atau respondenya sebesar 100. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *Convenience Sampling*. Variabel pada penelitian ini adalah pengaruh edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial edukasi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dibuktikan nilai *t-hitung* sebesar (-1,971) atau <1,661 dan nilai signifikannya 0,052 atau >0,05. Sedangkan pada media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dibuktikan bahwa nilai *t-hitung* dari ketiga variabel tersebut adalah (6,108), (3,200), (3,464) atau >1,661 dan nilai signifikan dari ketiga variabel tersebut sebesar (0,000), (0,002), dan (0,001) atau <0,05. Sedangkan hasil pada uji simultan menunjukkan bahwa edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dibuktikan nilai *F-hitung* sebesar (64, 277) atau >2,47.

Kata Kunci : **Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak.**

PENDAHULUAN

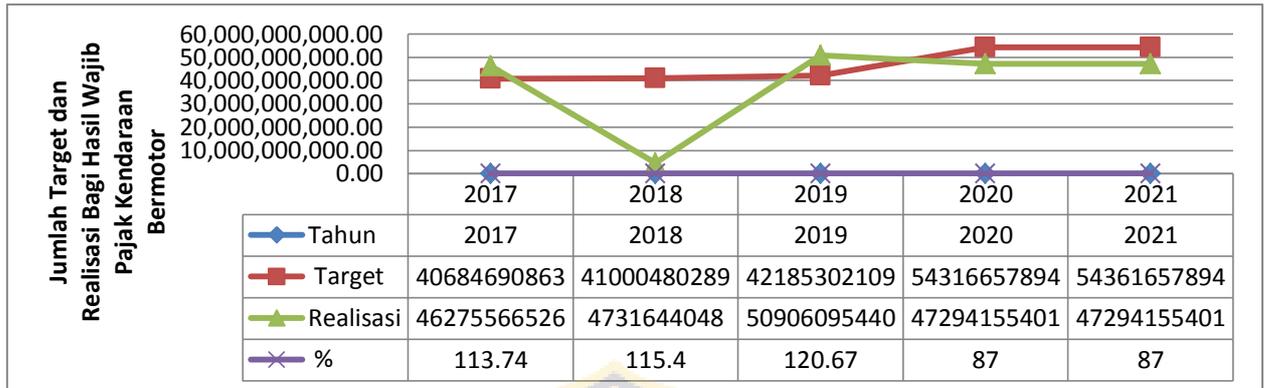
Pajak merupakan sumber penerimaan terbesar dari APBN. Dana dari penerimaan pajak sebagai sumber utama penerimaan APBN dialokasikan untuk mendanai berbagai pengeluaran negara untuk kemakmuran rakyat (Kadek, 2017). Pajak kendaraan bermotor adalah pajak yang dibebankan kepada wajib pajak yang memiliki kendaraan bermotor yang sifatnya memaksa yang harus dibayar oleh wajib pajak. Pajak kendaraan bermotor menjadi potensi pendapatan daerah karena semakin meningkatnya jumlah kendaraan bermotor, di Kabupaten Jember perkembangan jumlah kendaraan bermotor dijelaskan pada gambar 1.1 :



Gambar 1.1 : Grafik Peningkatan Jumlah Kendaraan Bermotor Kabupaten Jember
Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2021.

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 jumlah kendaraan bermotor naik cukup signifikan, hal ini menjadi peluang untuk digali pajaknya sebagai sumber pendapatan daerah provinsi. Kondisi tersebut apakah relevan

dengan tingkat kepatuhan pajak kendaraan bermotor, dengan demikian penelitian ini menyelidiki mengingat data bagi hasil pajak kendaraan bermotor justru stagna mulai tahun 2020 ke tahun 2021 belum ada peningkatan seperti dijelaskan dalam gambar 1.2 :



Gambar 1.2 : Grafik target dan realisasi bagi hasil pajak kendaraan bermotor Kabupaten Jember dan Provinsi

Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2021.

Dari kondisi stagnanya target pendapatan pajak kendaraan bermotor, Pemerintah Provinsi Jawa Timur melalui Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa pada tahun 2020 memutuskan untuk memberikan insentif pajak kepada wajib pajak kendaraan bermotor sesuai dengan keputusannya Nomor 188/267/KPTS/031/2020 tentang Pemberian Insentif Pembebasan Sanksi Administrasi Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2020 dan di Tahun 2021 ini Khofifah Indar Parawansa kembali menggulirkan program insentif pajak berupa diskon pajak kendaraan bermotor. Dilakukan pemberian kebijakan insentif pajak di Tahun 2021 hanya sampai tanggal 9 Desember 2021. Pemberian insentif pajak kendaraan bermotor guna untuk membantu meringankan wajib pajak dari sanksi pajak yang diterimanya atas keterlambatan pembayaran. Adanya kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor karena pemerintah ingin membantu masyarakat yang terdampak *Covid-19*. Dampak dari *Covid-19*, Indonesia mengalami kerugian di Tahun 2020 pada kuartal III mencapai minus 3,49 persen. Tidak hanya berimbas pada penerimaan negara saja namun dampak dari *Covid-19* ini berdampak juga pada penerimaan pendapatan daerah seperti pada pendapatan daerah Kabupaten Jember khususnya pada penerimaan bagi hasil dari wajib pajak kendaraan bermotor yang tercatat di BPS Kabupaten Jember sebanyak 87% selisih dari target yang sudah direncanakan yang tidak dapat dicapai.

Kepatuhan wajib pajak merupakan suatu ketaatan untuk melakukan ketentuan atau aturan-aturan perpajakan yang diwajibkan atau diharuskan dilaksanakan menurut peraturan perundang-undangan (Denny, 2020). Kepatuhan wajib pajak, dalam mematuhi kewajibannya sebagai wajib pajak didasari dengan pemahaman seorang wajib pajak tentang peraturan perpajakan. Memahami tentang hukum perpajakan, undang-undang perpajakan, serta tata cara dalam melaksanakan kewajibannya sangat penting

bagi wajib pajak sebagai dasar pemahaman akan perpajakan (Wardani & Rumiyyatun, 2017).

Sejalan dengan penelitian dari (Neldi, 2022), (Adetya et al., 2015), menjelaskan bahwa edukasi berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Yunitasia, 2015), menunjukkan bahwa edukasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Begitu juga yang dijelaskan oleh (Reza Aditya Ariesandrio, 2018), (Herawati et al., 2018) dan (M. Nur Rizky, 2019) tentang media sosial dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh (Syahril, 2021), menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Agustina, 2019), (Sita Irfani et al., 2019) dan (Herman, 2020) pada hasil penelitiannya menjelaskan tentang keterampilan komunikasi bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan pada penelitian (Darmayasa & Setiawan, 2016) menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Pada penelitian yang dilakukan (Salman et al, 2020), (Muhamad Birul Walidain, 2021) dan (Sartika et al., 2021) menjelaskan tentang insentif pajak bahwa berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Wahyudi, 2021) menunjukkan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi relevan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dijelaskan mengenai niat dari wajib pajak dalam berperilaku. Sosialisasi merupakan motivasi yang diberikan oleh pemerintah untuk meningkatkan jumlah dari kepatuhan wajib pajak. Relevansinya *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan melalui variabel Edukasi, Keterampilan Komunikasi, dan Insentif Pajak. Dengan adanya edukasi, keterampilan komunikasi dan insentif pajak akan dapat mendorong wajib pajak untuk mematuhi peraturan wajib pajak dan akan membayar pajak (Ardiyanti & Supadmi, 2020). Pada Teori Kepatuhan dijelaskan tentang kesadaran atau sikap wajib pajak. Teori ini relevan dengan variabel Edukasi, Keterampilan Komunikasi dan Insentif Pajak, karena dapat memberikan pemahaman serta informasi mengenai perpajakan guna menyadarkan wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan. *Theory Thechnologi Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa di dalam teori ini terdapat dua persepsi yaitu persepsi pemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Teori TAM ini relevan dengan variabel Media Sosial karena dengan media sosial akan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat dengan cara menyebarkan informasi tentang perpajakan melalui media sosial. Dengan memberikan informasi perpajakan dengan cara yang mudah diakses oleh masyarakat khususnya wajib pajak kendaraan bermotor akan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak karena dengan informasi yang didapatkan oleh wajib pajak akan membuat wajib pajak memahami tentang perpajakan serta manfaat dari membayar pajak.

Terjadinya *research gap* pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, cukup menarik bagi peneliti untuk diteliti tentang ada atau tidaknya kekonsisten hasil dari penelitian. Maka dari itu peneliti ingin meneliti tentang pengaruh sosialisasi yang

dipilah menjadi beberapa variabel yaitu variabel edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak, terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor sehingga dapat mengonfirmasi ulang yang dilakukan di Kabupaten Jember karena bagi hasil wajib pajak kendaraan bermotor tidak berbanding lurus dengan jumlah kendaraan bermotor. Sehingga peneliti ingin melakukan penelitian tentang **“Dampak Sosialisasi Insentif Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Kabupaten Jember”**

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dapat mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan dari variabel edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember dan bermanfaat juga bagi SAMSAT Jember yaitu dapat meningkatkan kualitas cara bersosialisasi baik itu melalui cara edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi dan insentif pajak tentang kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

METODE

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui WhatsApp kepada wajib pajak kendaraan yang ditemui dimana saja, seperti dikampus Universitas Muhammadiyah Jember yang wajib pajaknya termasuk dari Mahasiswa dan Dosen. Disebarkan kuesioner yang dibuat dalam bentuk google *form* dan peneliti mendapatkan hasil dari penelitiannya dari hasil jawaban dari responden melalui kuesioner.

3.2 Defenisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.2.1 Defenisi Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya.

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini, peneliti melakukan analisis besarnya pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen atau analisis pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Defenisi dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2016) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Pada penelitian ini, yang termasuk dari variabel independen adalah Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak.

- a. Edukasi
 Merupakan bagian dari ukuran pemahaman dari wajib pajak karena semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin dapat memahami tentang peraturan perpajakan.
- b. Media Sosial
 Merupakan bagian dari kebutuhan masyarakat untuk berinteraksi dengan sesamanya menggunakan suara, isyarat dan tulisan.
- c. Keterampilan Komunikasi
 Merupakan kemampuan dari seseorang untuk melakukan komunikasi secara efektif dengan orang lain.
- d. Insentif Pajak
 Merupakan bagian dari program yang dilaksanakan oleh pemerintah untuk membantu masyarakat.

2. Variabel Dependen
 Menurut (Sugiyono, 2016) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Pada penelitian ini, yang termasuk dari variabel dependen adalah Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Kepatuhan wajib pajak adalah perilaku dari wajib pajak yang mentaati semua peraturan yang berlaku dan melaksanakan kewajibannya sebagai wajib pajak.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Independen

Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak

Nama Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Sumber
Edukasi	Proses pembentukan kecakapan melalui pengajaran dan latihan	1. Pengajaran 2. Pendidikan 3. Bimbingan 4. Pelatihan 5. Kualitas	(Popi Andestri, 2019)
Media Sosial	Media sosial merupakan bagian dari kebutuhan masyarakat untuk	1. Isi pesan dalam media sosial jelas 2. Isi pesan media sosial sesuai fakta	(Reza, 2018)

berinteraksi dengan yang ada
 sesama
 menggunakan suara, 3. Informasi yang
 isyarat, dan tulisan diberikan melalui
 media sosial sesuai dengan kebutuhan masyarakat
 4. Informasi pada media sosial bermanfaat

Keterampilan Komunikasi Keterampilan yang dibutuhkan dalam pemeriksaan pajak

1. Memiliki keterampilan berkomunikasi secara lisan dengan jelas dan efektif (Kurniawan, 2021)
2. Memiliki keterampilan berkomunikasi secara tulisan dengan baik
3. Memiliki kemampuan untuk menulis laporan hasil pemeriksaan pajak sesuai dengan standar pemeriksaan pajak

Insentif Pajak Insentif pajak kendaraan bermotor adalah pembebasan atau penghapusan denda atas keterlambatan membayar kendaraan bermotor.

1. Wajib pajak mengetahui dan memahami betul mengenai kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor (Sartika et al., 2021)
2. Wajib pajak mengetahui manfaat dari kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor
3. Wajib pajak

- mengetahui tujuan dari adanya kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor
4. Wajib pajak terbantu dengan adanya kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor
5. Kebijakan insentif pajak kendaraan bermotor tidak merugikan wajib pajak kendaraan bermotor

Tabel 3.2
Operasional Variabel Dependen
Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Nama Variabel	Defenisi Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor	Kepatuhan wajib pajak merupakan Suatu perilaku yang dilakukan oleh seseorang karena adanya motivasi yang timbul pada diri seorang wajib pajak maupun motivasi dari orang terdekat yang melaksanakan kewajiban perpajakannya serta meningkatkan peraturan perundang-undangan yang berlaku sesuai dengan	1. Ketaatan membayar pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan. 2. Sanggup membayar pajak kendaraan bermotor tepat pada waktunya. 3. Kepatuhan dalam membayar pajak kendaraan bermotor dapat menghindarkan dari sanksi administrasi. 4. Pembayaran tepat waktu adalah prioritas utama. 5. Kepatuhan terhadap	(Haerina Desty, 2021)

undang-undang
perpajakan.

kewajiban pajak dapat
menghindari
tunggakan pajak.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Pada data kuantitatif ini merupakan data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada peneliti yang sedang mengumpulkan data yang ingin diteliti (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, yang merupakan data primer adalah data yang didapatkan pada kuesioner yang telah disebar, dimana penyebarannya dalam bentuk *google form* yang didalamnya sudah disediakan pertanyaan oleh peneliti yang akan dijawab oleh responden.

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Jawaban Responden	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : (Sugiyono, 2016)

Sedangkan yang termasuk dari data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan sumber data kepada peneliti untuk meneliti penelitiannya, seperti termasuk dari buku-buku, literatur yang berupa jurnal, serta bacaan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah bagian dari objek dan subjek, dimana objek dan subjeknya tersebut saling memiliki karakteristiknya masing-masing. Hal tersebut berkaitan dengan pendapat dari (Sugiyono, 2012) yang menyatakan bahwa yang termasuk pada populasi merupakan bagian dari objek atau subjek, dimana antara keduanya memiliki kualitas serta karakteristik yang ditentukan oleh peneliti untuk dipahami berkaitan dengan objek dan subjek tersebut dan kemudian seorang peneliti akan dapat menyimpulkan hal tersebut. Populasi yang ada dalam penelitian ini merupakan jumlah dari kendaraan bermotor yang terdaftar. Pada data yang dicatat oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember bahwa pada Tahun 2017-2021 jumlahnya sebanyak 4.109.741 unit kendaraan

bermotor. Dalam pengambilan sampel, dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus Slovin.

Rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : error, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang ditoleransi (10%)
atau 0,1

Berdasarkan dari rumus di atas, maka jumlah dari sampel pada penelitian ini yaitu :

$$\begin{aligned} n &= \frac{4.109.741}{1 + 4.109.741 (0,1)^2} \\ &= 99,9 \text{ (dibulatkan menjadi 100)} \end{aligned}$$

Jadi populasi dari wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember berjumlah 100 sampel dari keseluruhan populasi wajib pajak. Dari penelitian yang dilakukan ini berfokus pada faktor yang mempengaruhi wajib pajak kendaraan bermotor dalam memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak. Dari teknik pengambilan sampel, peneliti menggunakan *Convenience Sampling*, yang dimaksud dengan *Convenience Sampling* adalah penetapan sampel yang secara kebetulan karena yang termasuk dari populasinya yaitu siapapun yang ditemui oleh peneliti serta orang tersebut bersedia menjadi responden untuk dijadikan sebagai sampel yang dilakukan oleh peneliti. Dengan cara pengambilan tersebut akan mempermudah proses dalam pengambilan sampel untuk diteliti.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu menggunakan metode *survey* melalui kuesioner yang dibuat dalam bentuk *google form*. Data yang didapatkan yaitu bersumber pada hasil dari jawaban yang di isi oleh responden melalui *google form* yang telah dibagikan.

3.6 Teknik Analisis Data

Cara yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengujiannya dilakukan dengan menggunakan program (SPSS, versi 20) untuk mendapatkan hasil dari penelitian yang dilakukan.

3.6.1 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang dapat menunjukkan sejauh mana data yang sudah terkumpul tidak menyimpang dari variabel yang di teliti, baik itu nilainya tinggi ataupun rendah. Dari kuesioner yang ada, data yang dinyatakan valid yaitu apabila dari setiap pernyataan yang dibuat dapat dibuktikan dengan sesuatu yang dapat diukur dengan kuesioner. Jika pada angka, instrumen yang dinyatakan valid dapat dilihat dari nilai *r pearson correlation* terhadap skor total di atas 0,30 atau koefisien korelasinya $>0,30$ (Sugiyono, 2016).

2. Uji Reabilitas

Menurut (Sugiyono, 2016) menjelaskan bahwa uji reabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan dari suatu ukuran kehandalan dari suatu data. Pada uji reabilitas digunakan metode *cronbach alpha* (α). Dalam metode tersebut menjelaskan jika *nilai cronbach alpha* (α) lebih besar dari *r-tabel* maka instrumen tersebut dapat dikatakan cukup *reabel* (Sugiyono, 2016).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui data yang diolah adalah termasuk data sah (tidak terdapat penyimpangan) serta distribusi normal. Maka data yang menjadi bahan untuk penelitian di uji dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, yaitu :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dari populasi data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Dalam proses uji normalitasnya menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program IBM SPSS Statistik untuk menguji normalitas dari data yang di teliti. Dari uji normalitas ini, menurut (Sugiyono & Agus Susanto, 2015) penilaiannya yaitu dengan *p 2* (dua) sisi (*two tailed*). Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan *KS dua sisi* > 5 maka berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi variabel. Menurut (Sugiyono & Agus Susanto, 2015) uji multikolinieritas ini digunakan untuk menguji apakah dari model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi variabel bebas. Ada atau tidaknya suatu

multikolinieritas didalam model regresi dapat dideteksi jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan toleransi > 0,1 itu artinya tidak ada masalah multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi antara dua variabel. Menurut (Sugiyono & Agus Susanto, 2015) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Kriteria yang berlaku didalam uji *glejser* adalah nilai *Sig. Uji t* (pada uji *glejser*) > 0,05 maka varian residual sama (homokedastisitas) atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sugiyono, 2016) analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Metode yang digunakan dari analisis linear berganda untuk melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor
- a : Nilai Konstantan
- b₁ : Nilai Koefisien Edukasi
- b₂ : Nilai koefisien Media Sosial
- b₃ : Nilai Koefisien Keterampilan Komunikasi
- b₄ : Nilai Koefisien Insentif Pajak
- X₁ : Edukasi
- X₂ : Media Sosial
- X₃ : Keterampilan Komunikasi
- X₄ : Insentif Pajak

3.7 Uji t (Parsial)

Uji t adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini sesuai dengan penjelasan yang diterangkan oleh (Ghozali, 2012) bahwa uji beda t-test digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel dependen yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan dalam menerangkan tentang variabel dependen secara parsial. Digunakan uji t ini dapat dijadikan sebagai pengambilan keputusan, dimana dasar untuk pengambilan keputusan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apabila pada perhitungan probalitasnya dihasilkan signifikan $>0,05$, maka data tersebut hipotesisnya ditolak. Dapat disimpulkan bahwa dari variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Apabila pada perhitungan probalitasnya signifikan $<0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesisnya dapat diterima atau variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.8 Uji Simultan (F-Test)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji F yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel secara bersama-sama terhadap kepatuhan wajib pajak (Ghozali, 2012). Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut :

1. Jika nilai F lebih besar dari 4 maka H_0 ditolak pada derajat kepercayaan 5% atau 0,05 dengan kata lain menerima hipotesis *alternatife*, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan F menurut tabel. Bila nilai *F-hitung* lebih besar dari pada nilai *F-tabel*, maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

3.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui tentang variasi dependen. Menurut (Ghozali, 2012) uji koefisien determinan adalah bagian dari alat yang bertujuan untuk membuktikan seberapa jauh kemampuan model uji determinan ini untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Sedangkan yang dimaksud dengan nilai koefisien determinasinya yaitu antara nol atau satu. Jika pada hasil pengujiannya didapati bahwa nilai dari R^2 adalah nilainya kecil maka artinya kemampuan dari variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependennya sangat terbatas. Begitu pula sebaliknya, jika dari hasilnya dijelaskan bahwa nilainya mendekati 1 (satu) maka artinya variabel independenya dapat memberikan hampir dari keseluruhan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dalam proses memprediksi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Data responden didapatkan melalui kuesioner yang disebar oleh penulis pada bulan April tahun 2022. Data pada penelitian ini untuk dianalisis berjumlah 100 responden yaitu wajib pajak kendaraan bermotor yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT) Kabupaten Jember yang ada di JL.DR. Subandi No 123, Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

4.2 Deskripsi Objek Penelitian

Penjelasan tentang distribusi dari sampel yang digunakan pada penelitian ini, penulis menunjukkan pada Tabel 4.1 :

Tabel 4.1
Distribusi Sampel

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang disebar	100	100%
Kuesioner yang kembali	100	100%
Kuesioner yang digunakan	100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada Tabel 4.1 menunjukkan, dari sampel yang digunakan yang didapatkan melalui kuesioner bahwa terdapat 100 sampel yang lengkap serta layak untuk dapat dianalisis.

Responden yang merupakan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember yang digunakan oleh penulis untuk penelitian ini dapat ditunjukkan pada Tabel 4.2 :

Tabel 4.2
Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Keterangan	Jumlah	Presentase
Ya	100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada Tabel 4.2 menunjukkan, dari 100 sampel yang digunakan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semuanya termasuk dari masyarakat yang berkewajiban untuk membayar pajak atas kepemilikan kendaraan bermotor.

Penjelasan tentang jenis kelamin dari responden pada penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.3 :

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	40	40%
Perempuan	60	60%
Jumlah	100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Terlihat pada Tabel 4.3 bahwa dari keseluruhan responden pada penelitian ini yaitu berjenis kelamin laki-laki sebanyak 40%. Sedangkan responden yang berjenis

kelamin perempuan mencapai 60%. Dapat disimpulkan bahwa yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada laki-laki.

Penjelasan tentang umur dari responden, penulis menunjukkan pada Tabel 4.4 :

Tabel 4.4
Umur Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
< 30 Tahun	90	90%
31 – 40 Tahun	7	7%
41 – 50 Tahun	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden berumur < 30 tahun berjumlah 90 atau dalam persentasenya 90%. Umur 31 – 40 tahun sejumlah 7 atau dalam persentasenya 7% dan yang berumur 41 – 50 tahun sejumlah 3 atau dalam persentasenya 3%. Dapat disimpulkan dari keseluruhan responden yang berjumlah 100 tersebut bahwa umur responden <30 tahun yang lebih banyak dari pada yang lain.

Tingkat pendidikan terakhir dari responden yang berjumlah 100 tersebut ditunjukkan pada Tabel 4.5 :

Tabel 4.5
Pendidikan Terakhir Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
SMP	2	2%
SLTA	68	68%
Diploma	7	7%
Sarjana	23	23%
Total	100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada Tabel 4.5 menunjukkan, jumlah responden yang tingkat pendidikan, SMP sebanyak 2 atau 2%, SLTA sebanyak 68 responden atau dalam persentasenya 68%, yang tingkat pendidikannya D3 sebanyak 7 atau 7%, dan tingkat pendidikannya Sarjana sebanyak 23. Dapat disimpulkan dari 100 sampel yang digunakan pada penelitian ini bahwa tingkat pendidikan yang lebih banyak adalah SLTA.

Penjelasan tentang jenis pekerjaan dari responden dapat dilihat pada Tabel 4.6 :

Tabel 4.6
Pekerjaan Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
Swasta	31	31%
Petani	1	1%
Wirausah	11	11 %
Pedagang	2	2%
Lainnya	55	55%
Total	100	100%

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada data Tabel 4.6 di atas menunjukkan, responden yang bekerja di swasta berjumlah 31 atau 31%, petani berjumlah 1 atau 1%, wirausah sejumlah 11 atau 11%, pedagang sejumlah 2 atau 2% dan yang bekerja lainnya sebanyak 55 atau 55%. Dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan responden pekerjaan yang lebih banyak adalah dari pekerjaan lainnya.

4.3 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas data tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Edukasi	X1.1	1	0.196	Valid
	X1.2	0,642	0.196	Valid
	X1.3	0,509	0.196	Valid
	X1.4	0,284	0.196	Valid
	X1.5	0,638	0.196	Valid
Media Sosial	X2.1	1	0.196	Valid
	X2.2	0,387	0.196	Valid
	X2.3	0,419	0.196	Valid
	X2.4	0,448	0.196	Valid
	X2.5	0,279	0.196	Valid
Keterampilan Komunikasi	X3.1	1	0.196	Valid
	X3.2	0,605	0.196	Valid
	X3.3	0,644	0.196	Valid
	X3.4	0,623	0.196	Valid
	X3.5	0,591	0.196	Valid

Insentif Pajak	X4.1	1	0.196	Valid
	X4.2	0,625	0.196	Valid
	X4.3	0,608	0.196	Valid
	X4.4	0,550	0.196	Valid
	X4.5	0,653	0.196	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak	Y.1	1	0.196	Valid
	Y.2	0,583	0.196	Valid
	Y.3	0,413	0.196	Valid
	Y.4	0,379	0.196	Valid
	Y.5	0,486	0.196	Valid
	Y.6	-,176	0.196	Tidak Valid
	Y.7	-,201	0.196	Tidak Valid
	Y.8	0,069	0.196	Tidak Valid
	Y.9	0,256	0.196	Valid

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Uji Ulang Validitas Data :

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R-tabel	Keterangan
Edukasi	X1.1	1	0.196	Valid
	X1.2	0,642	0.196	Valid
	X1.3	0,509	0.196	Valid
	X1.4	0,284	0.196	Valid
	X1.5	0,638	0.196	Valid
Media Sosial	X2.1	1	0.196	Valid
	X2.2	0,387	0.196	Valid
	X2.3	0,419	0.196	Valid
	X2.4	0,448	0.196	Valid
	X2.5	0,279	0.196	Valid
Keterampilan Komunikasi	X3.1	1	0.196	Valid
	X3.2	0,605	0.196	Valid
	X3.3	0,644	0.196	Valid
	X3.4	0,623	0.196	Valid
	X3.5	0,591	0.196	Valid
Insentif Pajak	X4.1	1	0.196	Valid
	X4.2	0,625	0.196	Valid
	X4.3	0,608	0.196	Valid
	X4.4	0,550	0.196	Valid
	X4.5	0,653	0.196	Valid

Kepatuhan Wajib Pajak	Y.1	1	0.196	Valid
	Y.2	0,583	0.196	Valid
	Y.3	0,413	0.196	Valid
	Y.4	0,379	0.196	Valid
	Y.5	0,486	0.196	Valid
	Y.9	0,256	0.196	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2022

Dari data tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai *r-hitung* dari semua butir pernyataan pada tiap variabel independen menunjukkan bahwa pada butir pernyataannya menghasilkan nilai *r-hitung* lebih besar dari *r-tabel* yaitu 0,196. Sedangkan pada variabel dependen menunjukkan bahwa pada butir pernyataan 6, 7 dan 8 nilai *r-hitung* kurang dari nilai *r-tabel* dan pernyataan lainnya lebih besar dari nilai *r-tabel* yaitu sebesar 0,1966. Pada pernyataan-pernyataan tentang Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak, semua datanya valid dan kepatuhan wajib pajak tidak semua dari pernyataannya valid.

2. Uji Reabilitas

Hasil uji realibel dapat dilihat dari Tabel 4.8 :

Tabel 4.8
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Edukasi	0,817	Realibel
Media Sosial	0,818	Realibel
Keterampilan Komunikasi	0,881	Realibel
Insentif Pajak	0,858	Realibel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,801	Realibel

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Tabel 4.8 menunjukkan nilai *cronbach alpha* dari semua variabel menunjukkan bahwa nilai *r-hitung* > *r-tabel* yaitu 0,1966. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak dan variabel Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor realibel untuk digunakan dalam penelitian.

4.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas data dapat dilihat dari tabel 4.10 :

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.21114974
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.067
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.018
Asymp. Sig. (2-tailed)		.251

a. Test distribution is Normal.

Tabel 4.9 menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,251 berarti nilai tersebut $>0,05$. Dapat disimpulkan dari 100 sampel yang digunakan tersebut datanya terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat dari tabel 4.10 :

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3,469	1,143		3,035	,003		
	EDUKASI	-,232	,118	-,230	-1,971	,052	,208	4,809
	MEDIA SOSIAL	,498	,082	,445	6,108	,000	,534	1,872
	KETERAMPILAN KOMUNIKASI	,413	,129	,413	3,200	,002	,171	5,857
	INSENTIF PAJAK	,332	,096	,323	3,464	,001	,327	3,062

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, dan insentif pajak menghasilkan nilai toleran $>0,1$ dan VIF <10 . Dapat disimpulkan bahwa dari variabel independen tidak terjadi multikolinieritas dan variabel independen tersebut dapat digunakan pada penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari tabel 4.11 :

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,532	,756		4,670	,000
1 EDUKASI	-,034	,078	-,091	-,440	,661
MEDIA SOSIAL	,025	,054	,060	,460	,647
KETERAMPILAN KOMUNIKASI	-,093	,085	-,249	-1,085	,281
INSENTIF PAJAK	-,039	,063	-,103	-,619	,538

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel Edukasi 0,661, Media Sosial 0,647, Keterampilan Komunikasi 0,281, Insentif Pajak 0,538 yang berarti lebih dari tingkat signifikansi 5% atau $>0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan tergolong dalam data yang baik.

4.5 Uji Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, dalam penelitian ini akan menguji apakah ada arah pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat dari tabel 4.12 :

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,469	1,143		3,035	,003
EDUKASI	-,232	,118	-,230	-1,971	,052
MEDIA SOSIAL	,498	,082	,445	6,108	,000
KETERAMPILAN KOMUNIKASI	,413	,129	,413	3,200	,002
INSENTIF PAJAK	,332	,096	,323	3,464	,001

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Pada tabel di atas dapat diketahui dari hasil analisis regresi yang diperoleh regresinya yaitu :

$$Y = a + BX_1 + BX_2 + BX_3 + BX_4$$

$$Y = 3,469 + (-,232)X_1 + 0,498X_2 + 0,413X_3 + 0,332X_4 + e$$

Model regresi linear di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstantan (a) hasil dari uji regresi berganda sebesar 3,469, hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konsisten dari semua variabel independen adalah sebesar 3,469.
2. Edukasi memiliki nilai koefisien sebesar -,232 berarti apabila terjadi penurunan satu persen maka variabel kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor akan berkurang -,232 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi akan tetap pada nilainya.
3. Media Sosial memiliki nilai koefisien sebesar 0,498 berarti jika terjadi penurunan satu persen maka variabel kepatuhan wajib pajak kepatuhan wajib pajak akan berkurang 0,498 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi akan tetap ada nilainya.
4. Keterampilan Komunikasi memiliki nilai koefisien sebesar 0,413 berarti jika terjadi penurunan satu persen maka variabel kepatuhan wajib pajak kendaraan

bermotor akan berkurang 0,413 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi akan tetap pada nilainya.

- Insentif Pajak memiliki nilai koefisien sebesar 0,332 berarti jika terjadi penurunan satu persen maka variabel kepatuhan wajib pajak akan berkurang 0,332 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi akan tetap pada nilainya.

4.6 Uji t (Parsial)

Uji t pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat dari tabel 4.13 dibawah ini :

Tabel 4.13
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,469	1,143		3,035	,003
EDUKASI	-,232	,118	-,230	-1,971	,052
MEDIA SOSIAL	,498	,082	,445	6,108	,000
KETERAMPILAN KOMUNIKASI	,413	,129	,413	3,200	,002
INSENTIF PAJAK	,332	,096	,323	3,464	,001

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat dijelaskan bahwa tabel T yang dihasilkan dan dengan taraf signifikansinya 5% atau 0,05 diketahui bahwa $df = n - k - 1 = 100 - 4 - 1 = 95$, maka T-tabel $df = 1.661$. Dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Pengujian hipotesis edukasi

Berdasarkan hasil regresi pada tabel diatas bahwa nilai *t-hitung* sebesar -1,971 atau <1,661 yang berarti tidak berpengaruh positif dan nilai signifikansinya sebesar 0,052 atau >0,05 artinya hipotesisnya ditolak atau variabel edukasi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

- Pengujian hipotesis media sosial

Berdasarkan hasil regresi pada tabel diatas bahwa *t-hitung* sebesar 6,108 atau >1,661 yang berarti berpengaruh positif dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar

0,000 atau $<0,05$ artinya hipotesis dapat diterima atau variabel media sosial berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

3. Pengujian hipotesis keterampilan komunikasi

Berdasarkan hasil regresi pada tabel diatas bahwa nilai *t-hitung* 3,200 atau $>1,661$ yang berarti berpengaruh positif dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,002 berarti $<0,05$ artinya hipotesis dapat diterima atau variabel keterampilan komunikasi berpengaruh signifikansi terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

4. Pengujian hipotesis insentif pajak

Berdasarkan hasil regresi pada tabel diatas bahwa nilai *t-hitung* sebesar 3,464 atau $>1,661$ berarti berpengaruh positif dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,001 atau $<0,05$ artinya hipotesis dapat diterima atau variabel insentif pajak berpengaruh signifikansi terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

4.7 Uji F (Simultan)

Uji F pada penelitian ini digunakan untuk melihat hubungan dari variabel independen (Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak) dengan variabel dependen (Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.14 :

Tabel 4.14
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	640,901	4	160,225	64,277	,000 ^b
	Residual	236,809	95	2,493		
	Total	877,710	99			

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK

b. Predictors: (Constant), EDUKASI, MEDIA SOSIAL, KETERAMPILAN KOMUNIKASI, INSENTIF PAJAK

Berdasarkan Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai F-hitung yang didapatkan adalah 64,277. Berdasarkan tabel F yang dihasilkan dan dengan taraf signifikansinya 5% atau 0,05 diketahui bahwa *F-tabel* dengan $df1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df2 = n - k = 100 - 4 = 96$, maka *F-tabel* = 2,47. Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh bahwa nilai F-hitung sebesar 64,277 sedangkan *F-tabel* sebesar 2,47, maka hal tersebut menunjukkan bahwa nilai F-hitung yang dihasilkan $>F-tabel$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel Edukasi, Media Sosial, Keterampilan

Komunikasi, Insentif Pajak, secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Jember.

4.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R pada penelitian ini digunakan untuk melihat hubungan dari variabel independen (Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak) dengan variabel dependen (Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor). Hasil uji R dapat dilihat pada tabel 4.15 :

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,855 ^a	,730	,719	1,579

a. Predictors: (Constant), EDUKASI, MEDIA SOSIAL, KETERAMPILAN KOMUNIKASI, INSENTIF PAJAK

Sumber : Hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,855. Nilai R yang dihasilkan artinya korelasi antara variabel Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,855. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan erat antara variabel edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak dengan variabel kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, karena nilai yang dihasilkan mendekati angka 1.

Sedangkan pada kolom Adjusted R Square menghasilkan nilai sebesar 0,730. Artinya bahwa variabel edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yaitu sebesar 73 %. Sedangkan sisa dari hasilnya tersebut sebesar 27% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.9 Pembahasan

Hasil dari penelitian ini, pengaruh dari variable edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dijelaskan dibawah ini :

1. Pengaruh Edukasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Edukasi merupakan bagian dari pengukuran pemahaman dari seseorang atau sekelompok orang karena ini berkaitan juga dengan tingkat pendidikan dari seorang wajib pajak. Hasil dari uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada

variabel edukasi tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hal ini dapat dibuktikan bahwa dari nilai *t-hitung* sebesar -1,971 atau $<1,661$ artinya tidak berpengaruh positif dan nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel edukasi sebesar 0,052 atau nilai yang dihasilkan tersebut $>0,05$ atau hipotesisnya ditolak.

Kaitan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan Teori Kepatuhan dengan variabel edukasi yaitu pada perilaku dan sikap dari wajib pajak dapat dilihat sesuai dengan pemahamannya tentang perpajakan seperti melalui pelatihan atau seminar yang dilakukan oleh otoritas pajak untuk memberi pemahaman tentang perpajakan kepada masyarakat. Namun hal itu masih belum ada perkembangannya karena masih banyak dari masyarakat yang tidak mengikuti seminar ataupun pelatihan tentang perpajakan meskipun tingkat pendidikan dari wajib pajak kendaraan bermotor terbilang tingkat tinggi sehingga masih banyak wajib kendaraan yang tidak mematuhi peraturan perpajakan.

H1 : Edukasi tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

2. Pengaruh Media Sosial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Media sosial bagian dari alat yang sangat bermanfaat bagi otoritas pajak maupun bagi masyarakat untuk digunakan karena media sosial dapat memberikan manfaat untuk otoritas pajak dalam menyebarkan informasi tentang perpajakan dan memudahkan masyarakat mendapatkan informasi apapun termasuk informasi terkait perpajakan. Persepsi pemanfaatan dan kemudahan penggunaan ini berkaitan dengan *Theory Thechnologi Acceptence Model* (TAM) yang digunakan pada penelitian ini. Kemanfaatan ini akan dapat mempengaruhi kepercayaan pada seseorang atau sekelompok orang jika pada informasi yang disampaikan oleh otoritas pajak jelas dan sesuai fakta yang ada. Hasil uji hipotesis yang dilakukan pada variabel media sosial menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hal ini dibuktikan pada nilai *t-hitung* 6,108 atau $>1,661$ artinya berpengaruh positif dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 artinya nilai tersebut $<0,05$ atau hipotesisnya dapat diterima.

Kaitannya dengan *Theory Thechnologi Acceptence Model* (TAM) dengan variabel media sosial yaitu pada pemanfaatannya dan kemudahan penggunaannya dapat dirasakan, baik oleh otoritas pajak maupun masyarakat untuk menyebarkan informasi serta mendapatkan informasi tentang perpajakan. Melalui media sosial banyak informasi tentang perpajakan yang didapatkan oleh masyarakat sehingga banyak wajib pajak kendaraan bermotor yang patuh akan kewajibannya.

H2 : Media Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

3. Pengaruh Keterampilan Komunikasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Keterampilan Komunikasi merupakan bagian yang paling penting untuk otoritas pajak ketika menyampaikan informasi tentang perpajakan kepada wajib pajak karena dengan keterampilan komunikasi yang baik dan jelas akan dapat memudahkan wajib pajak untuk

memahami apa yang disampaikan oleh otoritas pajak tentang perpajakan. Hasil dari uji hipotesis yang dilakukan pada variabel keterampilan komunikasi ini menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hal ini dapat dibuktikan melalui nilai *t-hitung* 3,200 atau $>1,661$ artinya berpengaruh positif dan nilai signifikan yang dihasilkan yaitu sebesar 0,002 artinya nilai tersebut $<0,05$ atau hipotesisnya dapat diterima.

Kaitan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan Teori Kepatuhan dengan variabel keterampilan komunikasi yaitu pada perilaku dan sikap wajib pajak sesuai dengan kenyamanan yang didapatkan karena kejelasan dan kesopanan dari cara penyampaian yang diberikan oleh otoritas pajak tentang informasi perpajakan. Banyak wajib pajak kendaraan bermotor yang memahami tentang perpajakan karena kejelasan informasi dan kesopanan cara penyampaian yang diberikan oleh otoritas pajak.

H3 : Keterampilan Komunikasi berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

4. Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Insentif pajak merupakan bagian dari program yang dilaksanakan oleh pemerintah untuk memberikan keringanan kepada wajib pajak berupa pembebasan denda administrasi yang berlaku untuk wajib pajak yang mengalami keterlambatan membayar pajak. Hasil uji hipotesis dari variabel insentif pajak menunjukkan bahwa insentif pajak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dibuktikan dengan hasil *t-hitung* sebesar 3,464 atau $>1,661$ artinya berpengaruh positif dan nilai signifikansinya yaitu sebesar 0,001 yang berarti hasil dari nilai tersebut $<0,05$ atau hipotesisnya diterima.

Kaitannya dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan Teori Kepatuhan dengan variabel insentif pajak yaitu pada perilaku dan sikap dari wajib pajak, dimana program yang dilaksanakan oleh pemerintah ini dirasakan manfaatnya oleh wajib pajak sehingga banyak dari wajib pajak kendaraan bermotor mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku.

H4 : Insentif Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

5. Pengaruh secara bersama-sama (Simultan) variabel Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Hasil dari uji simultan atau secara bersama-sama menunjukkan bahwa variabel edukasi, media sosial, keterampilan komunikasi, insentif pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dibuktikan pada nilai *F-hitung* yang dihasilkan sebesar 64,277 yang berarti nilai tersebut $>F\text{-tabel}$ sebesar 2,47.

H5 : Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, dan Insentif Pajak secara bersama-sama mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan di atas, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu :

1. Karakteristik dari responden pada penelitian ini yaitu didominasi oleh wajib pajak berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 60 (60%), usia yang mendominasi adalah umur <30 tahun yaitu sebanyak 90 (90%), pendidikan yang berdominasi adalah SLTA sebanyak 68 (68%), dan pekerjaan yang mendominasi adalah lainnya sebanyak 55 (55%).
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Edukasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t-hitung* yang dihasilkan yaitu sebesar -1,971 artinya <1,661 dan nilai signifikansinya sebesar 0,052 berarti nilai tersebut >0,05 yang menjelaskan bahwa memberikan edukasi sesuai dengan tingkat pendidikan ataupun tidak kepada wajib pajak kendaraan bermotor tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember karena masih banyak wajib pajak kendaraan bermotor yang masih tidak berminat untuk mengikuti seminar ataupun pelatihan tentang perpajakan dan meskipun dilakukan edukasi tentang perpajakan namun hal itu tergantung lagi dari daya tangkap seorang wajib pajak kendaraan bermotor tentang perpajakan yang hal tersebut berkaitan dengan pemahaman wajib pajak yang berbeda.
3. Media Sosial secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Hal ini dibuktikan pada hasil uji t yang menghasilkan nilai dari *t-hitung* sebesar 6,108 atau >1,661 dan nilai signifikansinya 0,000 yang berarti <0,05. Semakin sering dan jelas informasi tentang perpajakan yang diberikan melalui media sosial akan semakin mempengaruhi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember.
4. Keterampilan Komunikasi secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari uji t yang dilakukan bahwa nilai *t-hitung* sebesar 3,200 atau >1,661 dan nilai signifikansinya sebesar 0,002 yang berarti <0,05. Semakin baik dan jelas cara berbicara serta cara penyampaian dari karyawan pajak ketika menyampaikan informasi tentang perpajakan maka akan semakin berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember.
5. Insentif Pajak secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Hal ini dibuktikan pada hasil uji t yang menghasilkan nilai *t-hitung* sebesar 3,464 dan nilai signifikansinya sebesar 0,001 yang berarti <0,05. Semakin sering dilaksanakan program insentif pajak

yang memberikan keringanan kepada wajib pajak kendaraan bermotor berupa pembebasan sanksi administrasi bagi wajib pajak yang terlambat membayar pajak akan semakin mempengaruhi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember.

6. Hasil uji F (Simultan) menunjukkan bahwa variabel Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak secara bersama-sama mempengaruhi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai *F-hitung* yang dihasilkan yaitu sebesar 64,277 atau $>2,47$ dan dengan tingkat signifikansi 0,000 atau $<0,05$.

5.1 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, mengenai saran yang dapat diberikan terkait sosialisasi perpajakan yaitu :

1. Bagi UPT SAMSAT Jember
UPT SAMSAT Jember sebagai instansi yang memiliki hak untuk melakukan pemungutan pajak kepada wajib pajak kendaraan bermotor harus melaksanakan terus-menerus edukasi tentang perpajakan, memberikan informasi tentang perpajakan yang jelas sesuai fakta melalui media sosial, karyawan pajak dapat lebih sering memberikan penjelasan tentang perpajakan dengan baik dan secara jelas dengan bahasa yang sopan, dan program insentif pajak yang dilaksanakan harus terus menerus dilakukan kepada wajib pajak supaya dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dalam memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak.
2. Bagi Masyarakat (Wajib Pajak Kendaraan Bermotor)
Supaya masyarakat lebih mematuhi peraturan wajib pajak kendaraan bermotor diharapkan untuk lebih aktif dalam mencari informasi serta mengikuti seminar tentang perpajakan sehingga masyarakat dapat lebih paham mengenai kewajibannya sebagai wajib pajak kendaraan bermotor.

5.2 Keterbatasan penelitian

Pada penelitian yang dilakukan ini memiliki beberapa keterbatasan yang harus diperhatikan oleh peneliti selanjutnya apabila ingin melakukan penelitian tentang masalah kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Penulis berharap semoga adanya keterbatasan di dalam penelitian ini tidak mengurangi manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti selanjutnya. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan ini dengan menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner dalam proses pengambilan jawaban dari responden. Sehingga tidak menutup kemungkinan jawaban dari responden tidak

- menunjukkan keadaan yang sebenarnya dikarenakan kondisi tertentu dari masing-masing responden.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 4 (Empat) variabel independen (Edukasi, Media Sosial, Keterampilan Komunikasi, Insentif Pajak) sehingga hasil dari penelitian yang dilakukan ini belum maksimal untuk variasi terhadap variabel dependen.
 3. Penelitian ini hanya berfokus pada pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- A Syahril Mubarak. (2021). *Pengaruh media massa dan keadilan prosedural terhadap kepatuhan wajib pajak sukarela melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi*.
- Adetya et al. (2015). *Pengaruh Edukasi, Sosialisasi, Dan Himbauan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Melaporkan Spt Tahunan Pajak Penghasilan (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)*. 8(1), 1–8.
- Agustina, M. (2019). *Strategi Komunikasi Account Representative Kpp Pratama Bukit Tinggi Dalam Mensosialisasikan E-filing Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1, 1–13.
- Ahmad Syarif Kurniawan. (2021). *Pengaruh Kompetensi, Komunikasi, dan Tekanan Waktu Terhadap Kualitas Hasil Pemeriksaan Pajak*.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory Planned Behavior*. *Organization Behavior and Human Decision Processes*. 50:179-211.
- Ardiyanti, N. P. M., & Supadmi, N. L. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Penerapan Layanan SAMSAT Keliling pada Kepatuhan Wajib Pajak*. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(8), 1915. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i08.p02>
- Ari Purnomo. (2020). Diskon Pajak Kendaraan Bermotor Untuk Warga Jawa Timur. <https://amp.kompas.com/otomotif/read/2020/06/21/110200915/diskon-pajak-kendaraan-untuk-warga-jawa-timur-ini-rinciannya> (2 Desember 2021).
- BAPENDA JATIM, (2021) Jelang HUT ke-76 Provinsi Jatim Gubernur Berikan Diskon Pajak Kendaraan. <https://www.dipendajatim.go.id/?p=1845> (2 Januari 22)
- Darmayasa, I., & Setiawan, P. (2016). *Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. *E-Jurnal Akuntansi*, 14(1), 226–252.
- Davis. (1986). *A Technology acceptance model for empirically testing new-end user information systems: Theory and Result*. Unpublished Ph.D. Dissertation, Sloan: Sloan School of Management, Massachusetts Institut of Technology (MIT). 15, 2012–2015.
- Denny Fahrizal Prasetyo. (2020). *Pengaruh Insentif Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Masa Pandemi*. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 21(1), 1–9.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2002). *Kamus Besar Indonesia Edisi ke3*, Balai Pustaka, Jakarta. 2012–2013.

- Drs, D., Mulyana, A., Si, M., Bungin, B., Komunikasi, S., Teknologi, D., & Prenada, K. (n.d.). *Pertemuan 5 Sosiologi Komunikasi Proses dan Interaksi Sosial Materi berupa uraian tentang struktur sosial yang melalui dan proses disosiatif serta perubahan sosial Referens i :*
- Endang, Randi Ilhamsyah Maria G Wi Dewantara, R. Y. (2017). *Pengaruh Pemahaman Dan Pengetahuan Wajib Pajak Tentang Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Samsat Kota Malang)*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ferry, W., & Sri, D. (2020). *Pengaruh Pemutihan Pajak Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kota Palembang*. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.32524/jkb.v18i1.626>
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Haerina Desty. (2021). *Pengaruh Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Kondisi Keuangan Terhadap Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor Dengan Sanksi Pajak Sebagai Variabel Moderasi*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Hendro Subroto, Danarsi, S. N. (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>
- Herawati et al. (2018). *Pengaruh Media Dam Mensosialisasikan Peraturan Pajak Terhadap Pemahaman Wajib Pajak*. 2(2), 84–95.
- Herman. (2020). *Pengaruh Keahlian Komunikasi Fiskus Terhadap Peningkatan Kepatuhan Pelaporan Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Madya Makassar*. *Human Relations*.
- Kadek Juniati Putri, P. E. setiawan. (2017). *Pengaruh Kesadaran, Pengetahuan Dan Pemahaman Perpajakan, Kualitas Pelayanan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. *Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2), 1112–1140.
- Karmila. (2016). *Pengaruh Tam Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Penggunaan E-Filing Sebagai Variabel Intervening Pada Kpp Pratama Sukoharjo*. August.
- Kusufi, M. S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, P. S., & Madura, U. T. (2009). *Faktor-Faktor Yang Memotivasi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM*. 6(1), 108–115.
- Mutia Fauzia. (2020). *Indonesia Resmi Resesi, Ekonomi Kuartal III-2020 Minus 3,49 persen*. <https://money.kompas.com/read/2020/11/05/111828826/indonesia-resmi-resesi-ekonomi-kuartal-iii-2020-minus-349-persen?page=all> (2 Desember 2021)
- M. Nur Rizky. (2019). *Pemanfaatan teknologi informasi, sosialisasi perpajakan, dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan*.
- Milgram, S. (1963). *Behavioral Study of Obidience*. *Journal of Abnormal and Social Psychology* 67. Yale University.
- Muhamad Birul Walidain. (2021). *Pengaruh Insentif Pajak, Sosialisasi Pajak Dan Self Assesment System Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Saat Pandemi Covid-19*. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Muliari, N. K., Akuntansi, J., & Setiawan, P. E. (n.d.). *Pelaporan Wajib Pajak Orang*

- Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur.*
www.fiskaldepeku.go.id
- Neldi Darmian L. (2022). *Optimalisasi Edukasi Perpajakan Melalui Konten Digital Sebagai Upaya Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta).* *Akuntansi, Jurnal Literasi*, 54–65.
- Nurmantu & safri. (2005). *Pengantar Perpajakan. Edisi 3.* Jakarta: Granit.
https://books.google.co.id/books?id=D9_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sarwono.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Maternal+dan+Neonatal.+Jakarta+:+PT+Bina+Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=riWNmMFyEq&sig=ACfU3U0HyN3I
- Peraturan Nomor 9. (2010). *Peraturan Daerah Povinsi Jawa Timur. 118*, 8299013.
- Reza Aditya Ariesandrio. (2018). *Pengaruh Pesan Dalam Media Sosial Terhadap Sikap Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan.*
- Rukhayah, S. (2019). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dikantor pelayanan pajak kendaraan bermotor samsat semarang.*
- Salman et al. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Kepada Pemerintah , Kebijakan Insentif Pajak dan Manfaat Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.* 3(3).
- Sartika, E. D., Afifah, N., & Sari, S. N. (2021). *Pengaruh Insentif Pajak Kendaraan Bermotor Selama Pandemi Covid 19 Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Sulawesi Selatan.* *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(2), 144–159. <https://doi.org/10.25139/jaap.v5i2.4144>
- Sita Irfani, M., Probowulan, D., & Pramono, D. E. (2019). *Efektivitas, Daya Pajak dan Kontribusi Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2013-2017 di UPT Pengelolaan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Timur Bondowoso.* *International Journal of Social Science and Business*, 3(2), 104. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i2.17583>
- Sitohang, A., & Sinabutar, R. (2020). *Analisis Kebijakan Insentif Pajak Di Tengah Wabah Covid-19 Di Indonesia.* *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13, 14–25. <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/2391>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B.* Bandung: Alfabeta.
https://books.google.co.id/books?id=D9_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sarwono.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Maternal+dan+Neonatal.+Jakarta+:+PT+Bina+Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=riWNmMFyEq&sig=ACfU3U0HyN3I
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono & Agus Susanto. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel.* CV. Alfabeta: Bandung.
https://books.google.co.id/books?id=D9_YDwAAQBAJ&pg=PA369&lpg=PA369&dq=Prawirohardjo,+Sarwono.+2010.+Buku+Acuan+Nasional+Pelayanan+Kesehatan++Maternal+dan+Neonatal.+Jakarta+:+PT+Bina+Pustaka+Sarwono+Prawirohardjo.&source=bl&ots=riWNmMFyEq&sig=ACfU3U0HyN3I
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor: SE-94/PJ/2010. (n.d.). *Prosedur Pelaksanaan Pembinaan, Edukasi Dan Pelayanan Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Baru Oleh Seksi Ekstensifikasi Perpajakan Di Kpp Pratama. 1.*
- Undang-Undang Nomor 28. (2009). *Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah.* <https://doi.org/10.1038/132817a0>

- Wahyudi, A. (2009). *Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing , Penerapan Sistem E-Billing , Kebijakan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. 9(2). <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.800>
- Wahyudi, A. (2021). *Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing, Penerapan Sistem E-Billing, Kebijakan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2), 299–308. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.800>
- Wardani, D. K., & Rumiyaun, R. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor*. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.24964/ja.v5i1.253>
- Yunitasia Nurlia. (2015). *Peranan Account Representative Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Untuk Meningkatkan Penerimaan Pajak*. 3(1), 1–15.

