

PENGARUH RELIGIUSITAS, KESADARAN WAJIB PAJAK, SOSIALISASI, DAN KEWAJIBAN MORAL TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19

Kadek Dwi Rositayani¹, I Gusti Ayu Purnamawati²

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Bali

e-mail: kadekdwirositayani09@undiksha.ac.id, igapurnamawati@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari religiusitas, kesadaran wajib pajak, sosialisasi, dan kewajiban moral terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Religiusitas relevan dengan *Theory of Planned Behaviour*, sedangkan kesadaran wajib pajak, sosialisasi, dan kewajiban moral relevan dengan Teori atribusi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah responden 255 UMKM yang terdaftar di KPP (Kantor Pelayanan Pajak) Pratama Singaraja. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui *google form*, dan mendatangi langsung pelaku UMKM yang dalam hal ini sebagai responden penelitian. Hasil penyebaran kuesioner dikumpulkan terlebih dahulu, setelah itu diolah dengan memanfaatkan IMB SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas, kesadaran wajib pajak, sosialisasi, dan kewajiban moral berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Kata Kunci: Kepatuhan Wajib Pajak, Religiusitas, Sosialisasi, UMKM

Abstract

This study aims to determine the effect of religiosity, taxpayer awareness, socialization, and moral liability on MSMEs taxpayer compliance. Religiosity is relevant to the Theory of Planned Behavior, while taxpayer awareness, socialization, and moral liability are relevant to attribution theory. This research is a quantitative research approach with 255 MSMEs total amount of respondents who were registered at the KPP Pratama Singaraja. This research was used random sampling technique. The data which were used in this research were primary data through distributed the questionnaire via google form, and visiting MSMEs actors directly, in this case as research respondents. The results of the questionnaires were collected first, then processed using the SPSS version 25. The results of this study indicate that religiosity, taxpayer awareness, socialization, and moral liability had a positive and significant effect on MSMEs taxpayer compliance.

Keywords: Taxpayer Compliance, Religiosity, Socialization, MSMEs

PENDAHULUAN

Indonesia yang merupakan negara berkembang dengan cita-cita dan tujuan nasional yaitu mensejahterakan masyarakat yang adil dan makmur. Upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai cita-cita dan tujuan ini adalah dengan mengoptimalkan adanya pembangunan nasional. Mengimplementasikan pembangunan nasional tentu membutuhkan biaya yang besar, sehingga perlu adanya dana penunjang yang diperoleh dari sumber penerimaan negara. Salah satu sumber tersebut berasal dari pajak.

Pajak dianggap sebagai sumber penerimaan negara disamping penerimaan dari sumber migas maupun non migas. Dengan posisi yang demikian pajak merupakan penerimaan strategis yang harus dikelola dengan baik oleh pihak pemerintah (Mardiasmo, 2013). Hal ini bisa dibuktikan dari realisasi pendapatan negara sampai akhir 2019 mencapai Rp 1.957,2 triliun atau 90,4 persen dari target APBN tahun 2019. Pendapatan tersebut bersumber dari penerimaan perpajakan sebesar Rp 1.545,3 triliun, dari penerimaan negara bukan pajak Rp 405 triliun, dan penerimaan hibah sebesar Rp 6,8 triliun. Data realisasi penerimaan pajak hingga 31 Desember 2019 hanya terkumpul 1.545,3 triliun atau hanya sebesar 86,5% dari target APBN 2019 sebesar Rp 1.786,4 triliun. Realisasi ini juga menunjukkan bahwa penerimaan pajak hanya tumbuh 1,7% (kemenkeu.go.id).

Komponen realisasi pendapatan negara masih mengalami kontraksi, penerimaan perpajakan tumbuh negatif dibandingkan tahun sebelumnya, hal ini disebabkan perlambatan kegiatan ekonomi dan pemanfaatan insentif fiskal. Penerimaan pajak tahun 2020 diperkirakan 15 persen lebih rendah dari target APBN berdasarkan Peraturan Nomor 72 Tahun 2020. Prediksi penurunan penerimaan negara dari perpajakan lebih dalam dari perkiraan pemerintah. Menurut Kementerian Keuangan (Kemenkeu) mencatat penerimaan perpajakan per 23 Desember

2020 mencapai Rp 1.019,56 triliun atau 85,65% dari target APBN.

Potensi penerimaan pajak di Indonesia tentu di pengaruhi oleh berbagai sektor pajak, salah satunya adalah dengan hadirnya para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Namun Kondisi UMKM sekarang ini sangatlah memprihatinkan. Sebanyak 7% pelaku Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah harus gulung tikar karena terdampak pandemi virus corona (*covid-19*). Satu langkah pemerintah untuk meringankan beban ekonomi para pelaku UMKM di bidang perpajakan pada masa pandemi *covid-19* adalah dengan memberikan insentif pajak pada Peraturan Menteri Keuangan Nomor 110/PMK.03/2020.

Pulau Bali merupakan salah satu pulau yang memiliki 9 kabupaten/kota. Dari sembilan kabupaten/ kota tersebut, Kabupaten Buleleng merupakan kabupaten terluas yang ada di Bali yang memiliki pelaku UMKM cukup banyak. Berdasarkan data perkembangan jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng sampai dengan tahun 2020 berjumlah 54.489. Pesatnya perkembangan jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng ternyata tidak sebanding dengan UMKM yang telah terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja. Pada tahun 2020 jumlah wajib pajak yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja hanya sebesar 4.487 wajib pajak. Dari jumlah tersebut hanya 1.663 wajib pajak yang melaporkan SPT tahunannya. Sehingga tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM pada tahun 2020 hanya mencapai angka 37,06% lebih rendah dari tahun 2019 yang mencapai 49,51%. Selain itu besarnya kontribusi UMKM juga masih rendah yaitu Rp7.015.121.479 sedangkan total penerimaan pajak di KPP Pratama Singaraja sebesar Rp270.178.615.732 sehingga persentasenya hanya mencapai angka 2,63%. Rendahnya kontribusi sektor UMKM terhadap penerimaan pajak merupakan suatu indikasi bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM masih rendah.

Kepatuhan wajib pajak didefinisikan sebagai suatu sikap ataupun perilaku

seseorang wajib pajak yang melaksanakan semua kewajiban perpajakannya dan menikmati semua hak perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku. (Debbianita & Carolina, 2013).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yaitu religiusitas. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Retyowati, 2016), (Anggraeni, 2017) menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh religiusitas. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Tania, 2011) memberikan bukti yang berbeda dimana religiusitas tidak dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Religiusitas relevan dengan *control beliefs* pada *theory plan behavior*.

Penelitian yang dilakukan (Oktaviani & Adellina, 2016) dan (Yasa, 2017) menggunakan variabel kesadaran yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Hasil berbeda diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh (Herryanto & Toly, 2013) yang menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak. Kesadaran wajib pajak ini relevan dengan teori atribusi, yang merupakan atribusi internal.

Faktor lain yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yaitu sosialisasi. Menurut (Dewi dan Erma, 2018) salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi adalah adanya sosialisasi perpajakan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Sandini., 2016) yang menemukan hasil bahwa sosialisasi pajak yang intensif dapat meningkatkan pengetahuan wajib pajak mengenai semua hal yang berkaitan dengan perpajakan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Khoiroh, 2017) memiliki hasil yang berbeda, yang menyatakan bahwa secara parsial variabel sosialisasi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi relevan dengan teori atribusi eksternal.

Selain faktor religiusitas, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi, kewajiban moral juga berpengaruh terhadap

kepatuhan wajib pajak. (Aryandini et al., 2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kewajiban moral berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian (Dewi, 2016) yang mendapatkan hasil bahwa kewajiban moral tidak berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak. Faktor kewajiban moral relevan dengan teori atribusi internal.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Buleleng karena sesuai data yang telah dipaparkan diatas, jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng jika dibandingkan dengan kontribusi wajib pajak baik dari pelaporan SPT Tahunan dan penerimaan pajak dari pelaku UMKM masih tidak seimbang, sehingga dalam hal ini kepatuhan wajib pajak pelaku UMKM masih kurang. Di kondisi pandemi *covid-19* ini, meskipun pemerintah membuat kebijakan baru terkait insentif pajak, kepatuhan tetap diperlukan. Penelitian ini juga merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya dengan menambahkan beberapa variabel baru yang menjadi pembeda, yaitu variabel religiusitas dan kewajiban moral wajib pajak. Banyaknya penelitian yang mendapatkan hasil berbeda dalam setiap variabelnya membuat peneliti tertarik untuk menguji kembali bagaimana pengaruh dari variabel independen tersebut terhadap variabel dependen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas, kesadaran wajib pajak, sosialisasi, dan kewajiban moral terhadap kepatuhan wajib pajak.

Teori Atribusi

Teori atribusi adalah suatu teori yang dikembangkan oleh Fritz Heider yang menjelaskan bahwa suatu perilaku tertentu dipengaruhi oleh adanya kekuatan internal dan eksternal (Nalendro, 2014). Teori ini relevan untuk menggambarkan pelaku wajib pajak yakni UMKM, dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam hal ini kesadaran wajib pajak berkaitan dengan faktor internal karena berada dibawah kedali individu itu sendiri. Tingkat

kesadaran yang tinggi dapat digunakan sebagai dasar dalam mempertimbangkan keputusan yang akan diambil oleh wajib pajak terkait pemenuhan kewajiban perpajakannya.

Faktor internal lain yang relevan dengan teori atribusi ini yaitu kewajiban moral. Dalam teori atribusi menjelaskan penyebab internal yang mengacu pada aspek perilaku individual yang ada dalam diri seseorang yang dalam hal ini wajib pajak UMKM. Sedangkan variabel sosialisasi memiliki keterkaitan dengan faktor eksternal dalam teori atribusi ini, karena berasal dari lingkungan sekitar atau luar dari individu tertentu yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang, dalam hal ini seseorang akan terpaksa berperilaku karena adanya situasi ini.

Theory of Planned Behaviour (TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan teori yang menjelaskan bahwa perilaku individu muncul karena adanya niat untuk berperilaku. Sedangkan menurut (Khasanah, 2014) *Theory of Planned Behaviour* adalah teori yang menyatakan bahwa seseorang akan melakukan suatu perbuatan yang baik jika ada suatu motivasi yang mendorong untuk bertindak. Seseorang yang dimaksudkan disini adalah wajib pajak. Wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan dimotivasi oleh beberapa faktor. Faktor motivasi inilah yang menyebabkan wajib pajak berusaha untuk mematuhi peraturan pajak.

Variabel religiusitas dalam penelitian ini berkaitan dengan salah satu dari *Theory of Planned Behaviour* tersebut, yaitu *Control Beliefs*. Faktor ini berkaitan dengan keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsinya seberapa kuat hal-hal tersebut mendukung atau menghambat perilakunya tersebut. Religiusitas individu dipercaya dapat mengontrol perilakunya dengan menghindari sikap yang tidak etis (Basri & Surya, 2016).

Pengaruh Religiusitas terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Religiusitas adalah seseorang yang meyakini terhadap agama tertentu dimana seseorang tersebut menjalankan perintah agama dan menjauhi larangan agama. Seseorang yang dimaksud disini adalah wajib pajak. Kuatnya keyakinan agama dapat memaksimalkan kepatuhan pajak dan meminimalkan tindakan untuk mencurangi pajak (Ardiansyah, 2017).

Hasil penelitian (Wahyudi, 2016), (Retyowati, 2016), (Anggraeni, 2017) menunjukkan hasil bahwa wajib pajak yang memiliki religiusitas tinggi, maka wajib pajak tersebut akan berusaha patuh terhadap peraturan perpajakan. Hasil yang berbeda diperoleh oleh penelitian yang dilakukan (Tahar & Rachman, 2014) yang menyatakan bahwa variabel religiusitas pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

H1: Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Kesadaran wajib pajak adalah kemampuan dalam memahami pajak yang menjadi sumber penerimaan negara terbesar, dan berusaha memahami undang-undang serta sanksi dalam perpajakan (Alhamdulloh, 2018). Menurut (Mandhira, 2017) apabila wajib pajak telah mempunyai kesadaran untuk membayar pajak, maka kepatuhan wajib pajak akan terpenuhi dan penerimaan pembayaran pajak akan terus mengalami peningkatan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Juliarni, 2020), (Ermawati, 2018) dan (Alfiah, 2014) yang menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil berbeda diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh (Herryanto & Toly, 2013) yang menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak.

H2: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Pengaruh Sosialisasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu sosialisasi yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) baik melalui penyuluhan langsung maupun melalui media sosial. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai peraturan baru yang mengatur tentang insentif pajak penghasilan final yang terutang ditanggung oleh pemerintah baik bagi wajib pajak UMKM sesuai dengan kriteria yang ditetapkan pada Peraturan Menteri Keuangan Nomor 110/PMK.03/2020 yang terdampak pandemi *covid-19*.

Penelitian yang dilakukan (Ayem & Nofitasari, 2019) yang membuktikan bahwa sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemauan membayar pajak. Hasil yang berbeda diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh (Khoiroh, 2017) yang menyatakan bahwa secara parsial variabel sosialisasi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

H3: Sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Pengaruh Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Kewajiban moral adalah moral individu yang dimiliki oleh seseorang, namun kemungkinan tidak dimiliki oleh orang lain. Dengan moral yang sehat dan kejujuran yang terbebas dari pengaruh negatif, wajib pajak dapat memenuhi kewajiban dalam perpajakan (Arista, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh (Aryandini et al., 2016) dan (Layata & Putu, 2014) membuktikan bahwa kewajiban moral berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak Hasil berbeda diperoleh oleh penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2016) menyatakan bahwa kewajiban moral tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak.

H4: Kewajiban moral berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

METODE

Lokasi penelitian ini menasar wajib pajak Usaha Mikro Kecil Menengah yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Adapun sumber data yang digunakan yaitu data primer melalui penyebaran kuesioner secara *online* via *google form* dan secara *offline* dengan mendatangi langsung pelaku UMKM. Kuesioner dibuat sesuai dengan indikator

yang digunakan, dan diukur dengan skala likert 4 poin. Selain data primer peneliti juga menggunakan data sekunder berupa data penyampaian SPT wajib pajak, data wajib pajak UMKM di KPP Pratama Singaraja, dan data UMKM di Kabupaten Buleleng.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang telah terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Singaraja. Jumlah UMKM yang telah terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Singaraja Tahun 2020 yaitu sebanyak 4.487. Untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan tabel yang dikembangkan oleh *Isaac* dan *Michael* dengan taraf kesalahannya yaitu sebesar 10% dengan tingkat akurasi yaitu 90%. Sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 255 wajib pajak UMKM yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja. Adapun teknik pengambilan sampel sebanyak 255 responden tersebut yaitu dengan menggunakan *random sampling*.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu kuesioner yang telah disebarkan kepada responden, studi pustaka, dan wawancara yang dilakukan kepada beberapa responden. Sedangkan teknik analisis data menggunakan bantuan program SPSS 25 untuk mengolah data hasil kuesioner. Selain itu peneliti juga melakukan beberapa uji seperti uji statistik deskriptif, uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinearitas), dan uji hipotesis (analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Religiusitas	255	22.00	32.00	26.43	2.425
Kesadaran wajib pajak	255	14.00	24.00	20.90	2.072
Sosialisasi	255	20.00	32.00	26.52	2.565
Kewajiban moral	255	24.00	36.00	29.60	2.876
Kepatuhan wajib pajak	255	18.00	28.00	24.12	2.476
Valid N (listwise)	255				

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 1 di atas, Variabel independen (X1) yaitu religiusitas memiliki skor terendah 22 dan tertinggi sebesar 32, dengan rata-rata 26,43 yang berarti bahwa nilai religiusitas cenderung tinggi dilihat dari indikator yang digunakan yaitu keyakinan agama, praktek agama, pengetahuan agama, dan pengalaman agama. Skor tertinggi pada variabel religiusitas sebesar 32 dengan jumlah pernyataan 8 item, diperoleh rata-rata 4. Hal ini menunjukkan jawaban responden sebagian besar adalah sangat setuju. Standar deviasinya sebesar 2,425 yang berarti bahwa ukuran sebaran data bernilai 2,425 dari 255 responden yang diteliti sehingga dapat dikatakan terdistribusi secara merata.

Variabel independen (X2) yaitu kesadaran wajib pajak mempunyai skor terendah sebesar 14 dan skor tertinggi 24 dengan rata-rata 20,90, hal ini berarti bahwa nilai kesadaran wajib pajak cenderung tinggi dilihat dari indikator yang digunakan. Skor tertinggi 24 dengan jumlah pernyataan 6 item, diperoleh rata-rata sebesar 4. Hal ini menunjukkan jawaban responden sebagian besar adalah sangat setuju. Standar deviasinya sebesar 2,072 yang berarti bahwa ukuran sebaran data bernilai 2,072 dari 255 responden yang diteliti sehingga dapat dikatakan terdistribusi secara merata.

Variabel independen (X3) yaitu sosialisasi memiliki skor terendah

sebesar 20 dan skor tertinggi 32 dengan rata-rata 26,52 hal ini berarti bahwa bahwa nilai sosialisasi cenderung tinggi dilihat dari indikator yang digunakan yaitu penyelenggaraan sosialisasi, media sosialisasi dan manfaat sosialisasi. Skor tertinggi 32 dengan jumlah pernyataan 8 item, diperoleh rata-rata 4. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden sebagian besar adalah sangat setuju. Standar deviasinya sebesar 2,565 yang berarti bahwa ukuran sebaran data bernilai 2,565 dari 255 responden yang diteliti sehingga dapat dikatakan terdistribusi secara merata.

Variabel independen (X4) yaitu kewajiban moral memiliki skor terendah 24 dan skor tertinggi sebesar 36 dengan rata-rata 29,60 menunjukkan bahwa nilai kewajiban moral cenderung tinggi dilihat dari indikator yang digunakan yaitu etika, prinsip hidup, dan perasaan bersalah. Skor tertinggi pada variabel kewajiban moral sebesar 36 dengan jumlah pernyataan 9 item, diperoleh rata-rata 4. Hal ini menunjukkan jawaban responden sebagian besar adalah sangat setuju. Standar deviasinya sebesar 2,876 yang berarti bahwa ukuran sebaran data bernilai 2,876 dari 255 responden yang diteliti sehingga dapat dikatakan terdistribusi secara merata.

Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa skor terendah 18, dan skor tertinggi 28,

dengan rata –rata 24,12, artinya bahwa kepatuhan wajib pajak cenderung tinggi dilihat dari indikator yang digunakan. Skor maksimum 28 dengan jumlah pernyataan 7 item, diperoleh rata- rata 4. Hal ini menunjukkan jawaban responden sebagian besar adalah

sangat setuju atas kepatuhan wajib pajak (Y). Standar deviasinya sebesar 2,476 yang berarti bahwa ukuran sebaran data bernilai 2,476 dari 255 responden yang diteliti sehingga dapat dikatakan terdistribusi secara merata.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Keterangan
1	Religiusitas (X1)	0,716	0,70	Reliabel
2	Kesadaran wajib pajak (X2)	0,733	0,70	Reliabel
3	Sosialisasi (X3)	0,730	0,70	Reliabel
4	Kewajibab moral (X4)	0,804		
5	Kepatuhan wajib pajak	0,744	0,70	Reliabel

Sumber: data primer diolah (2021)

Uji validitas adalah uji yang dilakukan setelah uji statistik deskriptif. Uji validitas berfungsi untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner/ instrumen penelitian yang digunakan dengan melihat nilai signifikansinya. Pada uji validitas menunjukkan bahwa religiusitas, kesadaran wajib pajak, sosialisasi, kewajiban moral, dan kepatuhan wajib pajak adalah valid, hal tersebut dibuktikan dari nilai signifikansi semua item pernyataan pada kuesioner nilai sign. (2-tailed) yaitu $< 0,05$.

Tahap selanjutnya yaitu uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian dapat diandalkan atau konsisten dalam penggunaannya bila dilakukan

pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ maka dikatakan reliabel (Ghozali, 2011).

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan hasil dari uji reliabilitas pada masing-masing variabel dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai standar alpha. Pada variabel religiusitas memiliki nilai $0,716 > 0,70$, kesadaran wajib pajak memiliki nilai $0,733 > 0,70$, sosialisasi memiliki nilai $0,730 > 0,70$, kewajibab mmoral memiliki nilai $0,804 > 0,70$, dan kepatuhan wajib pajak memiliki nilia $0,744 > 0,70$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen pada penelitian ini reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		255
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.43991942
Most Extreme Differences	Absolute	.034
	Positive	.034
	Negative	-.030
Test Statistic		.034
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 3 di atas hasil uji normalitas menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* (K-S) diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed)

sebesar 0,200 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa penyebaran data dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	T hitung	Sig t	Keterangan
Religiusitas	0.822	0.412	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kesadaran WP	1.362	0.175	Tidak terjadi heterokedastisitas
Sosialisasi	-1.781	0.076	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kewajiban moral	-0.743	0.458	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4 hasil uji heterokedastisitas dengan Uji Glesjer menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen diperoleh nilai sig t >

0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Religiusitas	5.173	0,193	Tidak terjadi multikolinearitas
Kesadaran WP	1.574	0,635	Tidak terjadi multikolinearitas
Sosialisasi	5.716	0,175	Tidak terjadi multikolinearitas
Kewajiban moral	2.067	0.484	

Sumber: data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 5 di atas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel religiusitas, kesadaran wajib pajak, sosialisasi, dan kewajiban moral >0,10 dan nilai VIF < 10. Dapat

disimpulkan bahwa model dapat digunakan dalam penelitian karena seluruh variabel bebas tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	-.244	1.125		-.217	.828
	Religiusitas	.254	.085	.248	2.969	.003
	Kesadaran WP	.429	.055	.359	7.788	.000
	Sosialisasi	.194	.085	.201	2.280	.023
	Kewajiban Moral	.120	.046	.139	2.636	.009

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 6 di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear bergandanya sebagai berikut :

$$Y = -0,244 + 0,254X_1 + 0,429X_2 + 0,194X_3 + 0,120X_4 + \epsilon$$

Hasil dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat memberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -0,244 yang bernilai negatif. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan mengesampingkan pengaruh dari variabel religiusitas (X1), kesadaran wajib pajak (X2), sosialisasi (X3), dan kewajiban moral (X4) maka besarnya kepatuhan wajib pajak akan bernilai -0,244. Dengan kata lain, nilai konstanta menunjukkan besarnya nilai pada variabel

dependennya apabila variabel independennya adalah 0. Jika nilai dari variabel independen yaitu religiusitas (X1), kesadaran wajib pajak (X2), sosialisasi (X3), dan kewajiban moral (X4) adalah 0, maka variabel kepatuhan wajib pajak bernilai -0,244.

2. Nilai koefisien regresi religiusitas (X1) sebesar 0,254 menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada variabel religiusitas (X1) dengan asumsi variabel lain konstan, maka besarnya kepatuhan wajib pajak (Y) juga akan meningkat sebesar 0,254.
3. Nilai koefisien regresi kesadaran wajib pajak (X2) sebesar 0,429 yang artinya terjadi peningkatan pada variabel kesadaran wajib pajak (X2) dengan asumsi variabel lain konstan, maka besarnya kepatuhan wajib pajak (Y) juga akan meningkat sebesar 0,429.
4. Nilai koefisien regresi sosialisasi (X3) sebesar 0,194 yang artinya setiap terjadi peningkatan pada variabel sosialisasi (X3) maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Y) sebesar 0,194.
5. Nilai koefisien regresi kewajiban moral (X4) sebesar 0,120 yang artinya setiap terjadi peningkatan pada variabel kewajiban moral (X4) maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Y) sebesar 0,120.

Hasil Uji t

Berdasarkan tabel 6 dapat disimpulkan hasil uji t yang diperoleh adalah variabel religiusitas (X1) memiliki nilai signifikansi 0,003 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Diketahui nilai t_{hitung} variabel religiusitas sebesar

2,969 dan nilai t_{tabel} mendapatkan 1,969. Dari hasil tersebut terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa religiusitas (X1) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

Variabel kesadaran wajib pajak (X2) memiliki nilai signifikansi 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} diperoleh 7,788 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,969. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan kesadaran wajib pajak (X2) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

Variabel ketiga yaitu sosialisasi (X3), berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,023. Nilai t_{hitung} dari variabel sosialisasi (X3) adalah 2,280 dan t_{tabel} 1,969. Karena nilai sig 0.023 < 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 2,280 > 1,969 maka dari itu H_0 ditolak dan H_3 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa variabel sosialisasi (X3) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

Variabel kewajiban moral (X4) memiliki nilai signifikansi 0,009 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Diketahui nilai t_{hitung} variabel kewajiban moral sebesar 2,636 dan nilai t_{tabel} mendapatkan 1,969. Dari hasil tersebut terlihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwakewajiban moral (X4) berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 ^a	.662	.656	1.451

a. Predictors: (Constant), Kewajiban moral, kesadaran wajib pajak, religiusitas, sosialisasi

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat dilihat R square merupakan pengkuadratan dari nilai R , yaitu $0,814 \times 0,814 = 0,662$. Dalam penelitian ini koefisien determinasi dilihat dari nilai $adjust R square$ 0,656 atau 65,6% yang memiliki arti bahwa kontribusi variabel bebas dalam penelitian ini yaitu religiusitas (X1), kesadaran wajib pajak (X2), sosialisasi (X3), dan kewajiban moral (X4) dalam menjelaskan kepatuhan wajib pajak (Y) adalah sebesar 65,6%. Sedangkan sisanya ($100\% - 65,6\% = 34,4\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini. Nilai $adjust R square$ 0,656 yang bernilai positif menandakan bahwa variasi dalam variabel dependen dapat diterangkan oleh model regresi.

Pengaruh Religiusitas Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Berdasarkan hasil uji hipotesis (pada tabel 4.9) menunjukkan pengaruh religiusitas terhadap kepatuhan wajib pajak yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari alpha 0,05 dan nilai koefisien regresi religiusitas yang bernilai positif 0,254 menunjukkan bahwa religiusitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima, yakni religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Hal ini berarti jika terjadi peningkatan variabel religiusitas (X1), maka besarnya kepatuhan wajib pajak (Y) juga akan meningkat sehingga religiusitas wajib pajak searah dengan kepatuhan wajib pajak.

Dalam hal perpajakan, wajib pajak yang baik seharusnya mematuhi segala yang terkait dengan peraturan perpajakan. Wajib pajak yang beranggapan bahwa dengan mematuhi segala peraturan terkait perpajakan akan sama halnya dengan mematuhi ajaran agama. Dengan wajib pajak rutin membayar pajak berarti wajib pajak berperilaku yang baik, dan dengan berperilaku yang baik berarti wajib pajak mematuhi segala peraturan perpajakan. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi religiusitas

seseorang maka semakin takut untuk melanggar aturan

Hasil penelitian tentang religiusitas yang diteliti oleh (Basri, 2015) mengungkapkan bahwa adanya niat dari Wajib Pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak karena religiusitas dapat mencegah perilaku yang menyimpang dari undang-undang terutama dalam hal perpajakan.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Berdasarkan hasil uji hipotesis (pada tabel 4.9) menunjukkan pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak menunjukkan nilai signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien regresi kesadaran wajib pajak yang bernilai positif sebesar 0,429 menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). sehingga hipotesis H_2 diterima, yakni kesadaran wajib pajak (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Hal ini berarti jika terjadi peningkatan pada variabel kesadaran wajib pajak (X2), maka besarnya kepatuhan wajib pajak (Y) juga akan meningkat.

Apabila wajib pajak telah mempunyai kesadaran untuk membayar, maka kepatuhan wajib pajak akan terpenuhi dan penerimaan pembayaran pajak akan terus mengalami peningkatan. Kesadaran dan kepatuhan wajib pajak berpengaruh satu sama lain (Mandhira, 2017). Namun dalam hal ini kesadaran yang dimaksud bukan lagi kewajiban untuk membayar pajak, tetapi dengan adanya insentif pajak ini PPh wajib pajak pelaku UMKM telah digratiskan atau ditanggung dan wajib pajak harus tetap mempunyai kesadaran untuk melaksanakan semua kewajiban sebagai wajib pajak dalam memanfaatkan insentif ini. Tingkat kesadaran wajib pajak yang tinggi dapat digunakan sebagai dasar dalam mempertimbangkan keputusan yang akan diambil terkait pemenuhan kewajiban perpajakannya. Semakin sadar

pentingnya pajak bagi pembiayaan negara maka semakin mendorong dirinya untuk secara sukarela dalam menjalankan kewajiban perpajakannya karena menganggap bahwa membayar pajak bermanfaat untuk negara dan dirinya sendiri.

Sebagaimana dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Juliarni, 2020) (Ermawati, 2018) dan (Alfiah, 2014) yang menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu penelitian oleh Safri (2013) juga menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan, hal ini berarti bahwa semakin tinggi kesadaran wajib pajak maka kepatuhan wajib pajak semakin baik.

Pengaruh Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.9 yang menunjukkan pengaruh sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak, yang mana mendapat hasil dari nilai signifikansi sebesar 0,023 lebih rendah dari nilai alpha 0,05 dan nilai koefisien regresi variabel sosialisasi (X3) sebesar positif 0,194. Hal ini dapat diartikan bahwa tarif pajak (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). sehingga hipotesis ketiga (H₃) diterima yakni sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). Hal ini berarti bahwa semakin rutin sosialisasi diadakan oleh pihak yang berwenang, maka semakin tinggi pula pemahaman wajib pajak terkait perpajakan, dan hal ini akan berpengaruh pula terhadap meningkatnya kepatuhan dari wajib pajak.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh (Winerungan, 2013) bahwa dengan kurang intensifnya sosialisasi yang diberikan akan berdampak pada rendahnya tingkat pemahaman wajib pajak sehingga mempengaruhi berkurangnya kepatuhan wajib pajak. Kondisi ini memberikan informasi bahwa dengan semakin baiknya

pemberian informasi terkait peraturan perpajakan khususnya mengenai insentif pajak kepada UMKM yang terkena dampak dari *pandemi covid-19* akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Sandini., 2016) yang menemukan hasil bahwa sosialisasi pajak yang intensif dapat meningkatkan pengetahuan wajib pajak mengenai semua hal yang berkaitan dengan perpajakan, dan penelitian (Mulyani, 2020) menjelaskan bahwa sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemauan menjalankan kewajiban perpajakan yang dalam hal ini kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.9 menunjukkan pengaruh kewajiban moral terhadap kepatuhan wajib pajak yang mendapatkan hasil nilai signifikansi sebesar 0,009 lebih kecil dari nilai 0,05, dan nilai koefisien regresi keewajibana moral (X4) bernilai positif 0,120. Hal itu membuktikan bahwa variabel kewajiban moral (X4) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y). sehingga hipotesis keempat (H₄) diterima yakni kewajiban moral berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan waib pajak. Sehingga kewajiban moral searah dengan kepatuhan wajib pajak.

Kewajiban moral adalah moral individu yang dimiliki oleh seseorang, namun kemungkinan tidak dimiliki oleh orang lain. Dengan moral yang sehat dan kejujuran yang terbebas dari pengaruh negatif, wajib pajak dapat memenuhi kewajiban dalam perpajakan (Arista, 2011). Tingkat kepatuhan pajak akan menjadi lebih tinggi ketika wajib pajak memiliki kewajiban moral yang kuat untuk melaksanakan kewajibannya. Moral wajib pajak, etika, dan norma sosialnya sangat berpengaruh terhadap perilaku dari wajib pajak. Wajib pajak akan cenderung berperilaku jujur dan taat terhadap aturan yang telah diberikan karena merupakan

kontribusi wajib masyarakat terhadap negaranya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aryandini et al., 2016) yang menyatakan bahwa kewajiban moral berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak, dan penelitian (Nabila & Isroah, 2019) yang menyatakan bahwa kewajiban moral berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa: (1) religiusitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, (2) kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, (3) sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, dan (4) kewajiban moral berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen (religiusitas, kesadaran wajib pajak, sosialisasi, dan kewajiban moral) dapat menerangkan variabel kepatuhan wajib pajak sebesar 65,6% sisanya 34,4% berasal dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Saran bagi penelitian selanjutnya adalah untuk mengamati mengenai faktor- faktor lain yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak khususnya wajib pajak UMKM untuk meningkatkan kualitas penelitian, seperti misalnya variabel lingkungan sosial, pelayanan pajak, *love of money*, dan lain sebagainya.

Daftar Pustaka

Ahmadulloh, A., & Yushita, A. N. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Pelayanan Petugas Pajak Terhadap Kepatuhan Wpop Di Kpp Magelang 2018. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(5).

Anggraeni, Lady Ayu. 2017. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Lingkungan Wajib Pajak, Sikap Religiusitas Wajib Pajak, dan Kemanfaatan

NPWP Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Klaten). Naskah Publikasi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

- Ardiansyah, Yuli. 2017. "Pengaruh keadilan, Sistem Self Assessment, Pemahaman Perpajakan dan Religiuaitas Terhadap Tindakan Tax Evasion". Skripsi. Makassar. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Arista, M. Y. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kewajiban Moral terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Pada Kantor Bersama Samsat Denpasar. Universitas Udayana.
- Aryandini, S., Savitri, E., & Wiguna, M. (2016). Pengaruh Kewajiban Moral, Pemeriksaan Pajak, Dan Kondisi Keuangan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Untuk Usaha Hotel Yang Terdaftar Di Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 3(1), 1463–1477.
- Ayem, S., & Nofitasari, D. (2019). Pengaruh Sosialisasi PP No. 23 Tahun 2018, Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, dan Biaya Kepatuhan Terhadap Kemauan Membayar Pajak Pada Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi Dan Governance Andalas*, 2(2), 105–121.
- Basri, Y. M., & Surya, R. A. S. (2016). Pengaruh Keadilan, Norma Ekspektasi, Sanksi Dan Religiusitas Terhadap Niat Dan Ketidak Patuhan Pajak. *Akuntabilitas*, 7(3), 162–176. <https://doi.org/10.15408/akt.v7i3.2733>
- Debbianita, & Carolina, V. (2013). Analisis Pengaruh Tingkat Tax Knowledge dan Gender terhadap Tax Compliance: Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Bandung. *Maranatha Repository*, 1–32.

- Dewi, N. Y. M., Edy Sujana, S. E., & Purnamawati, I. G. A. (2016). Pengaruh Kewajiban Moral, Kualitas Pelayanan, Dan Pengetahuan Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Pada Kantor Samsat Kabupaten Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 5(2).
- Juliarmini, D. P. E. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Lingkungan Sosial Dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm (Studi Pada Pelaku Umkm Yang Terdaftar Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja) (Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Khoiroh, N. (2017). Pengaruh Sanksi, Sosialisasi, dan Pendapatan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Di Desa Gandaria. *Skripsi*, 1–173.
- Layata, S., & Setiawan, P. E. (2014). Pengaruh Kewajiban Moral, Kualitas Pelayanan, Pemeriksaan Pajak Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Badan, 2, 540–556.
- Mardiasmo. 2013. *Perpajakan*. Yogyakarta: ANDI
- Nalendro, T. I. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak Wajib Pajak Orang pribadi yang Berwirausaha dengan Lingkungan Sekitar Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris di KPP Pratama Kudus). Skripsi. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Oktaviani, R. M., & Adellina, S. (2016). Kepatuhan Wajib Pajak Ukm. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, ISSN: 2302-8556, 5(2), 136–145.
- Retyowati, F. D. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketidakpatuhan Wajib Pajak yang Terdaftar di KPP Pratama Sukoharjo. *Publikasi Ilmiah*, 1–16
- Sandini, A. J. (2016). Pengaruh Penghasilan, Kesadaran Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kecamatan Ilir Timur li Kota Palembang (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Tania T. S., 2011, Pengaruh Keadilan Sistem Perpajakan dan Religiusitas terhadap Niat dan Ketidakpatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tampan, Kota Pekanbaru). Skripsi. Universitas Riau.
- Wahyudi, A. U. dan D. (2016). Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Lingkar Widya Swara*, Edisi. 3 N(2), 1–13. [https://doi.org/10.1016/S0040-4020\(00\)00446-4](https://doi.org/10.1016/S0040-4020(00)00446-4)
- Winerungan, O. L. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wpop Di Kpp Manado Dan Kpp Bitung. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 960–970. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2301>
- Yasa, N. P. (2017). Akses Informasi Keuangan Untuk Kepentingan Perpajakan. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(No. 2).