

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETAATAN WAJIB PAJAK
DALAM MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR:
FOKUS PADA *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*
(STUDI DI SAMSAT PESAWARAN TAHUN 2021)**

Tesis

OLEH

INTANNIA LESTARI



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETAATAN WAJIB PAJAK DALAM MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR: FOKUS PADA *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (STUDI DI SAMSAT PESAWARAN TAHUN 2021)

Oleh

INTANNIA LESTARI

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku kepatuhan pajak dengan menggunakan *theory of planned behavior* terhadap pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Pesawaran. Selanjutnya, ada beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi perilaku kepatuhan pajak yaitu sikap wajib pajak, kepercayaan pada pemerintah, dan informasi pajak. Populasi pada penelitian adalah wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Pesawaran yang dilakukan pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling* sebesar 343 responden. Kemudian, pengolahan data dilakukan dengan analisis *structural equation modeling* menggunakan aplikasi LISREL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat kepatuhan pajak lebih besar dipengaruhi oleh kepercayaan pada pemerintah dibandingkan informasi pajak dan sikap wajib pajak. Perilaku kepatuhan pajak lebih besar dipengaruhi oleh niat kepatuhan pajak dibandingkan dengan informasi pajak. Hal ini menunjukkan motivasi wajib pajak dalam keinginannya untuk membayar pajak akan meningkatkan kepatuhan pajak. Lebih lanjut, kebijakan pemutihan pajak memperkuat hubungan antara sikap wajib pajak terhadap niat kepatuhan pajak, kepercayaan pada pemerintah terhadap niat kepatuhan pajak, dan informasi pajak terhadap niat kepatuhan pajak. Kebijakan pemutihan pajak merupakan bagian promosi dalam pemasaran yang diadopsi pada penelitian ini untuk menjelaskan tentang peran pemutihan pajak yang dapat meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor oleh wajib pajak.

Kata kunci : sikap, kepercayaan, informasi pajak, niat perilaku, perilaku, promosi

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING TAXPAYER COMPLIANCE IN PAYING MOTOR VEHICLE TAX

by

INTANNIA LESTARI

The results of this study aim to determine tax compliance behavior using the theory of planned behavior towards motor vehicle taxes in the Pesawaran Regency. Furthermore, several factors are thought to influence tax compliance behavior, namely, taxpayer attitudes, trust in government, and tax information. The population in the study was motor vehicle taxpayers in Pesawaran Regency, who were sampled using the purposive sampling technique of 343 respondents. Subsequently, data processing was performed by structural equation modeling analysis using the LISREL application. The results showed that tax compliance intentions were more influenced by trust in the government than by tax information and taxpayer attitudes. Tax compliance behavior is influenced more by tax compliance intentions than by tax information. This shows that taxpayers' motivation to pay taxes increases their tax compliance. Furthermore, the tax bleaching policy strengthens the relationship between taxpayer attitudes towards tax compliance intentions, trust in the government towards tax compliance intentions, and tax information towards tax compliance intentions. The tax bleaching policy is a promotional part of marketing adopted in this study to explain the role of tax bleaching, which can increase taxpayers' tax payments.

Keywords: *attitude, trust, tax information, behavioral intention, behavior, promotion*

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETAATAN WAJIB PAJAK
DALAM MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR:
FOKUS PADA *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*
(STUDI DI SAMSAT PESAWARAN TAHUN 2021)**

Oleh

INTANNIA LESTARI

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER MANAJEMEN**

Pada

**Program Pascasarjana Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tesis : **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETAATAN WAJIB PAJAK DALAM MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR: FOKUS PADA *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (STUDI DI SAMSAT PESAWARAN TAHUN 2021)**

Nama Mahasiswa : **Intannia Jestari**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2021011024**

Konsentrasi : **Pemasaran**

Program Studi : **Magister Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.

NIP 19661027 199003 2002

Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si.

NIP 19810126 200801 2011

**Ketua Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung**

Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.

NIP 19661027 199003 2002

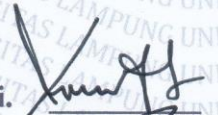
MENGESAHKAN

1. Komisi Penguji

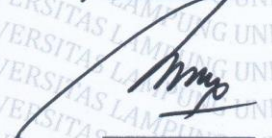
Ketua Penguji : **Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.**



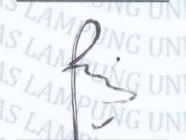
(Pembimbing II) : **Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si.**



Penguji I : **Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E, M.Si.**



Penguji II : **Dr. Roslina, S.E., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

Prof. Dr. Nairubi, S.E., M.Si.
NIP. 196606211990031003



3. Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
NIP. 19640326 198902 1 001



Tanggal Lulus Ujian Tesis: **25 Januari 2024**

LEMBAR PERNYATAAN PLAGIASI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ilmiah berupa tesis dengan judul **“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETAATAN WAJIB PAJAK DALAM MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR: FOKUS PADA *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (STUDI DI SAMSAT PESAWARAN TAHUN 2021)”** adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pun pengutipan karya penulis lain dengan cara yang tidak sesuai tata etika kepenulisan ilmiah yang berlaku dalam lingkungan masyarakat akademik.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini saya serahkan kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila di masa mendatang ternyata ditemukan ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi sesuai aturan yang berlaku. Saya bersedia dan sanggup dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, 16 Februari 2024

Pembuat pernyataan,



Intannia Lestari
NPM 2021011024

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tanjung Karang, Bandar Lampung pada tanggal 12 Oktober 1986, sebagai anak kedua dari empat bersaudara, dari Bapak Suwondo dan Ibu Koimah Radensyah Zainuddin.

Pendidikan Sekolah Dasar (SD) diselesaikan di SD Negeri 5 Sukarame Bandar Lampung pada tahun 1998, Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) di SLTPN 4 Bandar Lampung pada tahun 2001, dan Sekolah Menengah Umum (SMU) di SMUN 2 Bandar Lampung pada tahun 2004. Pada Tahun 2004, penulis diterima di Universitas Lampung (UNILA) sebagai Mahasiswi Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik dan mendapatkan gelar Sarjana (S1) Teknik Sipil pada tahun 2008.

Pada akhir Tahun 2020, penulis kembali mendaftarkan diri dan diterima sebagai mahasiswa Pascasarjana pada Magister Manajemen Universitas Lampung. Selanjutnya, pada tahun 2021, penulis memulai tesis dengan judul **“Faktor yang Mempengaruhi Ketaatan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor”** sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen dibawah bimbingan Ibu Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc. dan Ibu Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si. Jika terdapat pertanyaan atau diskusi lebih lanjut mengenai topik dalam tesis ini, peneliti dapat dihubungi melalui email: bintang1210@gmail.com.

MOTTO

“Jadi orang yang kuat, jangan jadi orang yang keras. Manusia itu hatinya nggak kelihatan. Yang kelihatan itu perilaku dan kata-katanya. Jadi, bersikap yang baik, ngomong yang baik. Sudah banyak orang jahat, kita nggak perlu jadi salah satunya”

— *alm. Suwondo bin Sarjono*

“Jadi orang baik nak, gak ada ruginya jadi orang baik.”

— *Koimah Radensyah Zainuddin binti Radensyah Indraguru*

“Jadi perempuan, harus kuat. Hidup Cuma sekali, harus bahagia.”

— *Syafariah Widiyanti binti Zainal Abidin Ragaralam*

“Hidup akan selalu member pelajaran, untuk orang-orang yang mau belajar.”

— *alm. Reza Gunawan*

“Aka nada beberapa hal yang terjadi di luar kendali kita. Gak apa, jalani saja”

— *Intannia Lestari binti Suwondo*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim....

Segala puji milik Allah SWT atas segala rohmah dalam hidup ini,
kupersembahkan karya ini sebagai tanda bakti dan cinta kasihku kepada:

Orang Tuaku

Alm. Bapak Suwondo bin Sarjono

yang dalam hidupnya selalu mencontohkan dan mengajarkan hal-hal baik dan mendoakan yang terbaik untuk anak-anaknya, yang dengan semua petuahnyalah ananda dapat terus menjalani segenap hal yang dikirimkan semesta dalam hidup.

Alm. Mamah Azizah Indra Guru

yang semasa hidupnya sudah selalu menjadi rumah yang aman untuk berpulang.

Ibu Koimah Radensyah Zainuddin

yang dengan semua ujian hidupnya selalu bangkit dan berusaha berdiri tegak dan berjalan, yang selalu menekankan dan mengajarkan agar anak-anaknya menjadi orang baik, yang mau memaafkan segala kesalahan, dan selalu mencintai dengan segenap hatinya.

Mama Syafariah Widianti ZAP

Mertua terbaik di dunia. Mama yang mengajarkan anak-anaknya untuk selalu berjuang dalam hidup, berbaik dengan semua orang, dengan tidak melupakan untuk berbaik kepada diri sendiri.

Pamanda Habibburrahman

yang berusaha menempatkan diri sebagai pengganti Bapak untuk keponakannya, yang selalu berusaha untuk ada dengan segenap cinta kasihnya, mendukung dan mencintai kami seperti mencintai anak kandungnya sendiri.

SANWACANA

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih yang telah memberikan kekuatan, kesempatan, dan keberanian dengan begitu berlimpah, sehingga penulis dapat menulis, menyusun, dan menyelesaikan tesis ini.

Karya ilmiah tesis yang berjudul “*Faktor yang Mempengaruhi Ketaatan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor*” disusun sebagai salah satu syarat kelulusan yang harus dipenuhi dalam perjalanan memperoleh gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna untuk memberikan rekomendasi pada topik Pajak Kendaraan Bermotor dan *Theory of the Planned Behavior*. Proses penyusunan tesis ini tidak lepas dari begitu banyak bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung serta sebagai dosen pembimbing pertama tesis ini. Terima kasih untuk segala arahan, bimbingan serta masukan yang diberikan sehingga memungkinkan tesis ini dapat selesai tepat waktu.
3. Dr. Dorothy Rouly H.Pandjaitan, S.E, M.Si. selaku pembimbing kedua yang selalu menyambut kedatangan saya sewaktu bimbingan dengan semangat dan *support* yang besar. Terima kasih banyak untuk waktu dan bimbingan yang telah diberikan sampai ke final.

4. Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E, M.Si. selaku dosen penguji yang telah mengkritik dan memberikan masukan sehingga menjadikan tesis ini menjadi lebih baik.
5. Dr. Roslina, S.E., M.Si. yang menjadi Penguji tesis ini dan telah memberikan masukan berharga dan membagikan saran yang detail untuk perbaikan tesis ini.
6. Bapak/Ibu Dosen serta sivitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang selama ini telah memberikan materi dan diskusi dalam perkuliahan.
7. Seluruh responden penelitian ini yang telah meluangkan waktu mengisi kuesioner dan diwawancarai untuk tesis ini.
8. Mbak Dharmawanti dan Mas Andre, selaku staf-staf akademik MM Unila, yang selalu siap sedia membantu dan memberikan saran-saran dalam mempermudah pengurusan kegiatan terkait akademik.
9. Suamiku, guruku, M. Diza Noviandi dan anakku sayang Mia. Terima kasih sudah selalu sabar menunggu mama pulang. Terima kasih untuk semua pengertian yang diberikan sehingga mama bisa menyelesaikan semua hal yang perlu mama selesaikan.
10. Keluarga terbaikku. Bukoi, Adek Atok, Nazry, Datuk. Terima kasih untuk semua dukungan dan doa. Allah kembalikan semua berlipat-lipat untuk kalian inshaa Allah.
11. Keluarga besar Magister Manajemen UNILA angkatan 2020 yang jauh di mata dekat di hati. *I love you guys! Hugs for all of you!*
12. Keluarga besar The Ayi's: Adek Aldi yang bolak balik bantuin kakak ngerjain tugas-tugas kuliah. Mama, Mona, Donna, Ipe, Dimas, Suci dan BA, serta semuanya untuk hiburan-hiburan absurd dalam hidup. Dunia berwarna karena kalian ada.
13. Kelelahku di UPTD Pengelolaan Pendapatan Wilayah VIII Pesawaran. Wanda, Yunda, Ginda, Ayuk, yang sudah mendampingi sejak awal kuliah hingga akhirnya adeknya ini berhasil juga dapat gelar MM. Pengen nangis sambil tertawa.

14. Keluarga besar Indra Guru yang selalu saling mendukung dalam setiap langkah.
15. Sahabat kecilku Maya, Ata, Dian yang tidak pernah berhenti menemani dalam menjalani jatuh bangun hidup, termasuk menerima telepon penuh tangis saat bercerita tentang perkuliahan.
16. Mbak Ayu Tesna yang menjadi perantara yang semesta kirim sehingga akhirnya penulis mampu memulai lagi penyelesaian tesis ini dan Bagia Saputra yang dalam perjalanan telah menjadi guru dan penjaga bagi penulis untuk tetap melangkah dan berkarya.

Semoga tesis ini selanjutnya dapat memberikan manfaat dan sumbangan ilmu pengetahuan bagi dunia pendidikan tinggi, khusus bidang branding universitas yang kini semakin diminati.

Bandar Lampung, Februari 2024

Intannia Lestari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
MENGESAHKAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PLAGIASI	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
2.1.2 Teori Promosi	13
2.1.3 Sikap Wajib Pajak	13
2.1.4 Kepercayaan Pada pemerintah	14
2.1.5 Informasi Pajak.....	14
2.1.6 Niat Kepatuhan Pajak	15
2.1.7 Perilaku Kepatuhan Pajak	15
2.1.8 Kebijakan Pemutihan Pajak.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Pengembangan Hipotesis	20
2.3.1 Pengaruh Sikap Wajib Pajak Pajak terhadap Niat Kepatuhan Pajak.....	20
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan pada Pemerintah terhadap Niat Kepatuhan Pajak.....	21

2.3.3	Pengaruh Informasi Pajak terhadap Niat Kepatuhan Pajak dan Perilaku Kepatuhan Pajak.....	21
2.3.4	Pengaruh Niat Kepatuhan Pajak terhadap Perilaku Kepatuhan Pajak.....	23
2.3.5	Kebijakan Pemutihan Pajak memoderasi Sikap Wajib Pajak, Kepercayaan Pada Pemerintah, dan Informasi Pajak terhadap Niat Kepatuhan Pajak	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	25
3.2	Populasi dan Sampel	25
3.3	Variabel Penelitian	26
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.4.1	Sikap Wajib Pajak	26
3.4.2	Kepercayaan pada Pemerintah	27
3.4.3	Informasi Pajak.....	27
3.4.4	Niat Kepatuhan Pajak.....	28
3.4.5	Perilaku Kepatuhan Pajak	28
3.4.6	Kebijakan Pemutihan Pajak.....	28
3.5	Teknis Analisis Data	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Pengumpulan Data	33
4.2	Karakteristik Responden	33
4.2.1	Jenis Kelamin	34
4.2.2	Usia.....	34
4.2.3	Pekerjaan	35
4.2.4	Pendapatan.....	36
4.2.5	Jenis Kendaraan.....	36
4.2.6	Lama Kepemilikan Kendaraan	37
4.2.7	Jumlah Kepemilikan Kendaraan	37
4.3	Hasil Tanggapan Responden.....	38
4.3.1	Sikap Wajib Pajak	38
4.3.2	Kepercayaan pada Pemerintah	40
4.3.3	Informasi Pajak.....	41
4.3.4	Niat Kepatuhan Pajak.....	42
4.3.5	Perilaku Kepatuhan Pajak	43
4.3.6	Kebijakan Pemutihan Pajak.....	43
4.4	Hasil Analisis Data.....	44
4.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	44
4.4.2	Hasil Uji Model Pengukuran.....	45
4.4.3	Hasil Uji Model Struktural	47
4.5	Pembahasan.....	50
4.5.1	Pengaruh Sikap Wajib Pajak terhadap Niat Kepatuhan Pajak	50
4.5.2	Pengaruh Kepercayaan Pada Pemerintah terhadap Niat Kepatuhan Pajak.....	51
4.5.3	Pengaruh Informasi Pajak terhadap Niat Kepatuhan Pajak.....	52

4.5.4	Pengaruh Informasi Pajak terhadap Perilaku Kepatuhan Pajak	53
4.5.5	Pengaruh Niat Kepatuhan Pajak terhadap Perilaku Kepatuhan Pajak	54
4.5.6	Kebijakan Pemutihan Pajak memoderasi Sikap Wajib Pajak, Kepercayaan Pada Pemerintah, dan Informasi Pajak terhadap Niat Kepatuhan Pajak	55

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	58
5.2	Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Tunggakan PKB pada Kabupaten Pesawaran Tahun 2021	2
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	36
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kendaraan.....	36
Tabel 8. Karakteristik Responden Lama Kepemilikan Kendaraan	37
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kepemilikan Kendaraan	38
Tabel 10. Hasil Tanggapan Sikap Wajib Pajak.....	39
Tabel 11. Hasil Tanggapan Kepercayaan pada Pemerintah.....	40
Tabel 12. Hasil Tanggapan Informasi Pajak	41
Tabel 13. Hasil Tanggapan Niat Kepatuhan Pajak	42
Tabel 14. Hasil Tanggapan Perilaku Kepatuhan Pajak	43
Tabel 15. Hasil Tanggapan Kebijakan Pemutihan Pajak.....	44
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 17. Hasil Uji Validitas Konvergen.....	45
Tabel 18. Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	47
Tabel 19. Hasil Uji Kecocokan Model.....	47
Tabel 20. Hasil Pengujian Hipotesis	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991)	12
Gambar 2. Model Penelitian	24
Gambar 3. Model Struktural	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	69
Lampiran 3. Hasil Uji Normalitas.....	76
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	78
Lampiran 5. Hasil Uji Hipotesis	84
Lampiran 6. Hasil Tanggapan Responden	87

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa sesuai peraturan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk kesejahteraan rakyat (Direktorat Jendral Pajak, 2020). Pajak menjadi salah satu sumber pemasukan negara yang memiliki tujuan dalam membiayai pengeluaran maupun kebutuhan negara untuk peningkatan pembangunan nasional. Oleh karena itu, peningkatan kepatuhan pajak diperlukan oleh pemerintah untuk meningkatkan jumlah penerimaan pajak sebagai sumber pendapatan terbesar pemerintah.

Salah satu sumber penerimaan yang berperan penting bagi kelangsungan pelaksanaan pembangunan dan penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah adalah penerimaan dari pendapatan asli daerah yang berasal dari pajak daerah. Dalam realisasi pajak daerah tingkat I, terdapat dua jenis pajak yang besar kontribusinya bagi pendapatan asli daerah (PAD) yaitu Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (Bapenda Lampung, 2019). Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan hal yang sangat sentral bagi pembangunan setiap daerah, dikarenakan segenap aspek penyelenggaraan pemerintahan daerah sangat ditentukan oleh faktor keuangan ini. Pemerintah daerah tidak akan dapat melaksanakan fungsinya dalam rangka memberikan pelayanan dan pembangunan kepada masyarakat secara efisien dan efektif tanpa tersedianya dana yang memadai yang didapat dari pendapatan asli daerah (PAD).

Kepatuhan pajak menjadi subjek terpenting untuk mendukung pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat dengan berbagai upaya, salah satunya melalui pembangunan infrastruktur. Menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2019, wajib pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. PKB sebagai sumber pemasukan terbesar diharapkan bisa menopang pembangunan di tingkat provinsi dan kabupaten kota. Namun, masih banyak masyarakat pada Kabupaten Pesawaran yang enggan melakukan pembayaran PKB sehingga mengakibatkan tunggakan yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Tunggakan PKB pada Kabupaten Pesawaran Tahun 2021

No	Kecamatan	Jumlah R2 + R4	PKB		Nilai Potensi Kendaraan (Angka Pkb + Nilai Tunggakan + Nilai Denda)
			Berjalan + Tunggakan		
			POKOK (Dalam Ribu Rupiah)	DENDA (Dalam Ribu Rupiah)	
1	Gedong Tataan	35.787	21.079.579	1.486.227	22.565.807
2	Kedondong	11.525	6.857.912	537.384	7.395.297
3	Negeri Katon	15.909	8.965.431	658.492	9.623.924
4	Padang Cermin	15.734	10.725.457	885.134	11.610.592
5	Punduh Pidada	2.912	2.147.823.	185.669	2.333.492
6	Tegineneng	17.161	10.428.721	759.812	11.188.534
7	Way Lima	7.903	4.292.202	325.459	4.617.662
8	Way Khilau	1.103	498.134	27.080	525.214
9	Marga Punduh	477	220.801	12.717	233.518
10	Teluk Pandan	2.423	1.297.346	57.741	1.355.087
11	Way Ratai	1.115	628.470	25.947	654.417
TOTAL		112.049	67.141.881	4.961.667	72.103.549

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Provinsi Lampung (2020)

Tabel 1 menunjukkan jumlah kendaraan yang masih memiliki tunggakan pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Pesawaran yang terdiri dari kendaraan roda dua dan roda empat sebanyak 112.049 kendaraan dengan nilai potensi PKB sebesar Rp 72.103.549.128. Di sisi lain, jumlah kendaraan roda dua dan roda empat yang terdaftar sebanyak 137.115 kendaraan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat 90% wajib pajak yang melakukan penunggakan pembayaran pajak kendaraan bermotor dan hanya 10% wajib pajak yang memiliki perilaku kepatuhan pajak.

Hasil pra survei yang dilakukan peneliti terhadap beberapa wajib pajak yang melakukan kepatuhan pajak dengan pembayaran pajak pada Kantor Samsat Kabupaten Pesawaran menunjukkan bahwa mereka melakukan pembayaran pajak dikarenakan memiliki kesadaran bayar pajak dan percaya dengan pemerintah. Selain itu, ada wajib pajak yang melakukan pembayaran disebabkan adanya kebijakan pemutihan pajak dari pemerintah Provinsi Lampung. Hal ini menunjukkan tingkat kepatuhan pajak yang masih rendah.

Kemudian, peneliti juga melakukan wawancara kepada wajib pajak yang melakukan penunggakan secara *door to door* bersama tim SAMSAT Kabupaten Pesawaran. Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa wajib pajak yang enggan membayar pajak, dikarenakan mereka tidak percaya dengan pemerintah dan tidak merasa dampak kesejahteraan yang dihasilkan dari pembayaran pajak yang mereka lakukan. Selanjutnya, mereka juga mengaku kurang mendapat informasi dari pihak SAMSAT sehingga seringkali lupa jatuh tempo pembayaran pajak kendaraan bermotor dan mengakibatkan terjadi penunggakan.

Dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat, masyarakat dimungkinkan untuk bisa mengakses informasi apapun yang mereka butuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan terintegrasinya sistem teknologi dan informasi ini juga berdampak kepada lembaga publik, terutama pelayanan publik yang dilakukan pemerintah. Sistem pemerintah daerah sendiri pada saat ini sudah mulai diintegrasikan dalam satu teknologi yang dapat dikendalikan dari pusat pemerintahan dengan salah satu diantaranya penerapan *electronic Government* atau (*e-government*). Secara umum, penyelenggaraan pemerintahan yang baik mulai diterapkan di Indonesia.

Berbagai praktik buruk dalam penyelenggaraan pemerintahan, salah satunya dalam pelayanan publik adalah antara lain, yaitu: ketidakpastian dalam proses administrasi, pungutan liar, dan pengabaian hak dan martabat warga pengguna pelayanan publik (Tjokroamidjojo, 2001). Adanya fenomena pelayanan publik seperti ini menjadi masalah sehingga pemerintah perlu untuk memperbaiki

kualitas pelayanan publik. Salah satu cara memperbaiki pelayanan publik adalah dengan menyediakan sistem pelayanan *online* yang transparan dan mudah diakses. Dalam pembayaran PKB, hal ini dilakukan dengan cara mengaktifkan sistem pembayaran online melalui aplikasi SIGNAL.

Pemerintah sebagai penyedia fasilitas berkewajiban untuk mengatur, mengendalikan, mengawasi, membina, dan mengarahkan setiap aspek-aspek kehidupan yang aman dan tertib, dinamis, optimis, inovatif, mandiri, dan sejahtera dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Dengan demikian pelayanan masyarakat umum merupakan implementasi dari hak dan kewajiban antara pemerintah dengan masyarakat yang harus diwujudkan secara berimbang dengan penyelenggaraan pemerintahan yang baik (Mulyadi *et al.*, 2021).

Informasi PKB di Indonesia dapat diakses melalui *e-signal*. Namun dikarenakan kekurangan informasi tentang penggunaan aplikasi tersebut, sehingga masyarakat kerap mendapat kesulitan hingga enggan untuk melakukan pembayaran pajak. Informasi pajak juga tidak secara berkesinambungan diberikan kepada para wajib pajak sehingga hal ini menyebabkan wajib pajak enggan untuk melakukan kepatuhan pajak. Pemerintah harus cepat tanggap adanya keluhan tentang informasi pajak. Selain itu, pemerintah perlu membuat ringkas sistem pembayaran pajak dengan informasi pajak yang menarik untuk meningkatkan niat kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak.

Menurut Jayawardane & Low (2016) bahwa kepatuhan pajak warga negara merupakan hal yang sangat penting bagi suatu negara untuk dapat menyediakan barang publik dan mendistribusikan kembali kekayaan. Pemerintah membutuhkan sumber daya keuangan untuk bertindak sebagai pemerintah dan memainkan peran yang diharapkan oleh masyarakat. Kepatuhan pajak digambarkan sebagai proses pemenuhan kewajiban perdata wajib pajak atas pembayaran pajak dan penyampaian laporan pajak termasuk penyediaan dokumen-dokumen yang diperlukan dan penjelasan yang diperlukan oleh otoritas pajak secara tepat waktu (Robbins & Kiser, 2020). Konsep kepatuhan pajak sukarela diartikan sebagai

sikap positif terhadap perpajakan dan kemauan membayar pajak (Bani-Khalid *et al.*, 2022). Kepatuhan pajak merupakan masalah besar bagi banyak otoritas pajak dan bukan merupakan tugas yang mudah untuk membujuk wajib pajak agar mematuhi (Al-Zaqeba & Al-Rashdan, 2020). Helhel & Ahmed (2014) mengungkapkan beberapa alasan mengapa wajib pajak mungkin tidak patuh dan mengklasifikasikannya menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah persepsi diri dan penilaian terhadap perilaku kepatuhan wajib pajak apakah dapat diterima atau bermoral. Faktor eksternal adalah persepsi wajib pajak tentang bagaimana ia diperlakukan oleh pemerintah dalam berbagai bidang, seperti pembayaran pajak, pengembalian layanan publik, tanggung jawab terhadap keputusan negara yang mengarah pada kepercayaan masyarakat dengan pemerintah (Torgler, 2004). Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa sikap wajib pajak, kepercayaan pada pemerintah, dan informasi pajak dapat mempengaruhi niat wajib pajak dalam perilaku kepatuhan pajak.

Menurut Darmakanti & Febriyanti (2021) bahwa adanya pandemi covid-19 tidak hanya membawa dampak dibidang kesehatan, namun juga memberikan dampak yang cukup besar bagi perekonomian masyarakat. Karena adanya pandemi covid-19 ini masyarakat mengalami kesulitan secara ekonomi. Pandemi Covid-19 telah mengakibatkan perlambatan pertumbuhan ekonomi baik global maupun nasional (Harahap, 2020).

Pandemi covid -19 ini juga berdampak pada penurunan tingkat penerimaan pajak, salah satunya penerimaan PKB yang berpengaruh terhadap PAD. Untuk meminimalisir dampak dari pandemi covid-19 pemerintah sudah mengeluarkan beberapa kebijakan, salah satunya yaitu dengan mengeluarkan kebijakan berupa pemberian pemutihan pajak kendaraan bermotor. Adanya kebijakan pemutihan pajak terhadap kendaraan bermotor ini dikeluarkan oleh masing-masing Provinsi yang memiliki kewenangan dalam mengelola pajak daerah, tidak terkecuali Provinsi Lampung. Provinsi Lampung dalam hal ini juga melakukan upaya meminimalisir penurunan pendapatan daerah dengan mengeluarkan kebijakan pemutihan pajak dengan tujuan untuk meningkatkan

kesadaran masyarakat untuk membayar pajak kendaraannya, dan membantu masyarakat yang terkena dampak pandemi covid-19 agar tidak mengalami kendala pembayaran denda pajak kendaraannya. Alasan mengapa terjadi penurunan penerimaan pajak di masa pandemi ini karena banyak usaha maupun pekerjaan yang dilakukan oleh masyarakat tidak dapat berjalan dengan efektif karena adanya pembatasan perjalanan dan kebijakan WFH (*work from home*) yang dilaksanakan dalam upaya memutus mata rantai penyebaran Covid-19, kondisi tersebut mengakibatkan sebagian besar wajib pajak tidak dapat melakukan pembayaran pajak dikarenakan berkurangnya pendapatan yang didapat dan bahkan mengalami PHK.

Hasil penelitian Darmakanti & Febriyanti (2021) menunjukkan bahwa dalam penerapannya penagihan pajak kendaraan bermotor mengalami kendala ditambah adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan upaya pembayaran pajak kurang optimal, sehingga untuk meminimalisir hal tersebut pemerintah mengeluarkan kebijakan pemutihan pajak kendaraan bermotor. Pemutihan pajak kendaraan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh suatu daerah tingkat I untuk mendorong wajib pajak yang mengalami keterlambatan dalam pembayaran pajak kendaraan untuk dapat segera melakukan pembayaran.

Hasil riset yang dilakukan oleh Widajantie & Anwar (2020) mengungkapkan bahwa adanya kebijakan pemutihan pajak yang dilakukan oleh pemerintah dapat berdampak pada niat kepatuhan pajak hingga menghasilkan perilaku yang patuh terhadap pajak. Kemudian, Erida & Rangkuti (2017) berpendapat bahwa promosi potongan harga atau dalam perpajakan dikenal sebagai kebijakan pemutihan pajak dapat menjadi variabel moderasi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, kebijakan pemutihan pajak diduga dapat memoderasi hubungan sikap wajib pajak, kepercayaan pada pemerintah, dan informasi pajak terhadap niat kepatuhan pajak.

1.2 Identifikasi Masalah

Pandemi Covid-19 yang dialami di seluruh dunia sejak trisemester satu tahun 2020 sangat mempengaruhi segala aspek kehidupan, dari kehidupan personal, sosial, ekonomi, hingga kehidupan bernegara. Berkaitan dengan hal ini, pemerintah merilis Perpres No.54 tahun 2020 sebagai tindak lanjut Perpu No.1 tahun 2020 perihal kebijakan keuangan negara dan stabilitas sistem keuangan untuk penanganan pandemi Covid-19. Dalam Perpres tersebut, dinyatakan bahwa target penerimaan pajak pada tahun 2020 telah disesuaikan dengan keadaan Covid-19 dari Rp.1.865,7 triliun menjadi Rp1.462 triliun atau turun 22% dari target di awal tahun.

Hal yang sama dilakukan di Provinsi Lampung di mana Pemerintah Provinsi Lampung menurunkan target pendapatan daerah dari sektor PKB dari 784 Milyar menjadi 721 Milyar. Turunnya target dan realisasi PKB di tahun 2020 menjadikan pemerintah Provinsi Lampung menaikkan target penerimaan PKB di 2021 dari 721 Milyar di 2020 menjadi 1,064 Trilyun di 2021. Salah satu strategi yang dapat dilaksanakan untuk dapat mencapai target yang direncanakan adalah dengan melakukan Pemutihan PKB dan BBNKB di tahun 2021.

Menurut Yulian Sari (2013), masalah kepatuhan wajib pajak adalah masalah yang penting dikarenakan jika wajib pajak tidak patuh maka akan menimbulkan keinginan untuk melakukan tindakan penghindaran, pengelakan, dan pelalaian pajak. Sistem pemungutan pajak kendaraan bermotor di Indonesia menganut *Official Assessment System*, dimana wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang berada pada pemerintah (fiskus). Dengan demikian kepatuhan sukarela dari wajib pajak menjadi tujuan dari sistem ini.

Kepatuhan pajak diartikan sebagai suatu keadaan yang mana wajib pajak patuh dan mempunyai kesadaran dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Menurut Devano dalam bukunya Ni luh (2006:9), mengemukakan kepatuhan dan kesadaran pemenuhan kewajiban perpajakan tercermin dalam situasi sebagai berikut :

1. Wajib pajak memahami dan berusaha untuk memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
2. Wajib pajak mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas.
3. Wajib pajak menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar.
4. Wajib pajak membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya.

Kepatuhan wajib pajak sebagai pondasi *official assessment* dapat dicapai apabila elemen-elemen kunci telah diterapkan secara efektif. Menurut Ismawan dalam bukunya Ni Luh (2006:12) elemen-elemen kunci tersebut adalah sebagai berikut:

1. Program pelayanan yang baik kepada wajib pajak.
2. Prosedur yang sederhana dan memudahkan wajib pajak.
3. Program pemantauan kepatuhan dan verifikasi yang efektif.
4. Pelaksanaan *law enforcement* secara tegas dan adil.

Berdasarkan data yang dimiliki oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Lampung tahun 2021, terdapat 112.049 kendaraan yang masih memiliki tunggakan pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Pesawaran (UPTD Pengelolaan Pendapatan Wilayah VIII) yang terdiri dari kendaraan roda dua dan kendaraan roda empat, dengan nilai potensi pendapatan sebesar Rp72.103.549.128. Tunggakan pajak ini secara tidak langsung menyiratkan bahwa terdapat keengganan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor. Keengganan ini dapat dianalisa salah satunya dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior*.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, adapun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah sikap wajib pajak berpengaruh pada niat kepatuhan pajak?
2. Apakah kepercayaan pada pemerintah berpengaruh pada niat kepatuhan pajak?
3. Apakah informasi pajak berpengaruh pada niat kepatuhan pajak?
4. Apakah kepercayaan pada pemerintah berpengaruh pada perilaku wajib pajak?
5. Apakah niat kepatuhan pajak berpengaruh pada perilaku kepatuhan pajak?

6. Apakah kebijakan pemutihan pajak memoderasi pengaruh sikap wajib pajak pada niat kepatuhan pajak?
7. Apakah kebijakan pemutihan pajak memoderasi pengaruh kepercayaan pada pemerintah berpengaruh pada niat kepatuhan pajak?
8. Apakah kebijakan pemutihan pajak memoderasi pengaruh informasi pajak berpengaruh pada niat kepatuhan pajak?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Menguji pengaruh sikap wajib pajak terhadap niat kepatuhan pajak.
2. Menguji pengaruh kepercayaan pada pemerintah terhadap niat kepatuhan pajak.
3. Menguji pengaruh informasi pajak terhadap niat kepatuhan pajak.
4. Menguji pengaruh kepercayaan pada pemerintah terhadap perilaku wajib pajak.
5. Menguji pengaruh niat kepatuhan pajak terhadap perilaku wajib pajak.
6. Menguji kebijakan pemutihan pajak memoderasi pengaruh sikap wajib pajak pada niat kepatuhan pajak.
7. Menguji kebijakan pemutihan pajak memoderasi pengaruh kepercayaan pada pemerintah pada niat kepatuhan pajak.
8. Menguji kebijakan pemutihan pajak memoderasi pengaruh informasi pajak pada niat kepatuhan pajak.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi para akademisi dan peneliti selanjutnya dalam pengembangan model perilaku pada *Theory of Planned Behavior* yang diimplikasikan pada kepatuhan pajak.
2. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktikal kepada pemerintah Provinsi Lampung agar dapat melaksanakan teknik pemasaran

yang tepat kepada wajib pajak sehingga kedepannya akan dapat meningkatkan kepatuhan pajak.

3. Hasil penelitian berkontribusi bagi pengembangan metodologi riset yang menggunakan kebijakan pemutihan pajak sebagai variabel pemoderasi hubungan sikap wajib pajak, kepercayaan pada pemerintah, dan informasi pajak terhadap niat kepatuhan pajak.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

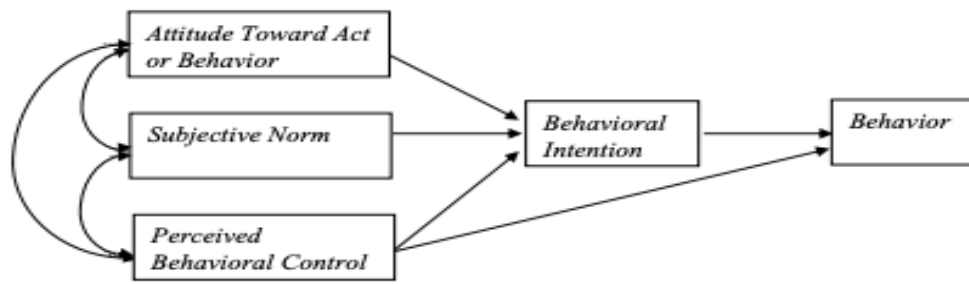
2.1.1 *Theory of Planned Behavior*

Theory of planned behavior merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen (1985) yang merupakan penyempurnaan dari *theory of reasoned action* yang dikembangkan oleh Fishbein & Ajzen (1975). Fokus utama dari teori *theory of planned behavior* ini sama seperti *theory of reasoned action* yaitu niat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Niat (*intention*) dianggap dapat melihat faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku. Niat (*intention*) merupakan indikasi seberapa keras seseorang mau berusaha untuk mencoba dan seberapa besar usaha yang akan dikeluarkan individu untuk melakukan suatu perilaku.

Perbedaan yang terdapat pada *theory of reasoned action* dan *theory of planned behavior* terletak pada penambahan *perceived behavioral control* (kontrol perilaku yang dirasakan) dalam *theory of planned behavior*, dimana persepsi individu terhadap kontrol yang dimilikinya dinyatakan berhubungan dengan perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Hal ini mengacu pada persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya memunculkan tingkah tertentu dan diasumsikan merupakan refleksi dari pengalaman masa lalu dan juga hambatan yang diantisipasi.

Ajzen (2005) menjelaskan kontrol perilaku yang dirasakan sebagai fungsi yang didasarkan oleh kepercayaan (*belief*) yang disebut sebagai *control beliefs*, yaitu kepercayaan individu mengenai ada atau tidak adanya faktor yang mendukung atau menghalangi individu untuk memunculkan sebuah perilaku. Kepercayaan ini didasarkan pada pengalaman terdahulu individu tentang suatu perilaku, informasi

yang dimiliki individu tentang suatu perilaku yang diperoleh dengan melakukan observasi pada pengetahuan yang dimiliki diri maupun orang lain yang dikenal, dan juga oleh berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perasaan individu mengenai tingkat kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Semakin individu merasakan banyak faktor pendukung dan sedikit faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka lebih besar kontrol yang mereka rasakan atas perilaku tersebut dan begitu juga sebaliknya, semakin sedikit individu merasakan faktor pendukung dan banyak faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku maka lebih kecil kontrol yang mereka rasakan atas perilaku tersebut



Gambar 1. Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991)

Ajzen (2005: 42) mengemukakan bahwa terdapat tiga kategori besar faktor yang berinteraksi dengan sikap atau ciri kepribadian. Ketiga faktor ini adalah lingkungan situasional seputar kinerja perilaku, karakteristik individu dan karakteristik sekunder dari disposisi. Jayawardane (2015) mengemukakan bahwa untuk lebih memahami perilaku kepatuhan pajak, peneliti perlu mengkaji determinan psikologis sosial, yang berkaitan dengan faktor individu, sosial, dan pemerintah. Marandu *et al.* (2015) meninjau 18 studi kepatuhan pajak dari tahun 1985 hingga 2012 dan menyimpulkan bahwa *Theory of Planned Behavior* adalah kerangka kerja terbaik bagi peneliti pajak untuk mengeksplorasi determinan niat kepatuhan pajak dan pada akhirnya untuk menentukan perilaku kepatuhan melalui perilaku komponen, termasuk sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dengan demikian, penelitian ini mengadopsi *theory of planned behavior* untuk menjelaskan hubungan antara sikap,

kepercayaan pada pemerintah, informasi pajak terhadap niat kepatuhan pajak, serta niat kepatuhan pajak terhadap perilaku kepatuhan pajak.

2.1.2 Teori Promosi

Penelitian ini mengadopsi teori promosi yang dikembangkan oleh Lewis pada tahun 1898 (Strong, 1925) untuk menjelaskan kebijakan pemutihan pajak sebagai variabel moderasi yang menguatkan seseorang untuk berperilaku. Promosi dapat diuraikan sebagai bujuk rayu yang menawarkan nilai bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan pembelian yang dilakukan konsumen (Haugh, 1983). Promosi dapat berupa barang maupun jasa (Quelch, 1989). Efek dari alat promosi ini pada pembelian di masa depan tergantung pada kategori produk, sifat kegiatan promosi, dan pasar sasaran (Anderson dan Simester, 2004).

2.1.3 Sikap Wajib Pajak

Ajzen (2005) menjelaskan bahwa sikap merupakan disposisi untuk memberikan respon baik secara positif ataupun negatif terhadap sebuah perilaku. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh kepercayaan individu tentang konsekuensi dari sebuah perilaku, yang disebut sebagai *behavioral belief* atau keyakinan perilaku. Keyakinan perilaku akan menghubungkan perilaku dengan hasil yang bisa didapat dari perilaku tersebut.

Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh evaluasi individu mengenai hasil yang berhubungan dengan perilaku dan kekuatan hubungan dari kedua hal tersebut. Secara umum, semakin individu memiliki pemikiran bahwa suatu perilaku akan menghasilkan konsekuensi positif maka individu akan cenderung bersikap positif terhadap perilaku tersebut. Sebaliknya, semakin individu memiliki pemikiran negatif akan sebuah perilaku, maka individu akan cenderung bersikap negatif terhadap perilaku tersebut.

2.1.4 Kepercayaan Pada pemerintah

Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan terhadap keandalan dan integritas mitra pertukaran, yang dikaitkan dengan konsistensi, kejujuran, keadilan, tanggung jawab, sikap menolong dan kebajikan (Morgan & Hunt, 1994). Kepercayaan pada suatu objek dapat diartikan sebagai konsumen percaya bahwa tindakan yang dilakukan oleh objek tersebut dimotivasi oleh niat positif terhadap kesejahteraan konsumen (Albayrak *et al.*, 2020). Kepercayaan juga merupakan prediktor signifikan terhadap hasil positif pemasaran, seperti loyalitas, retensi pelanggan, dan niat membeli. Oleh karena itu, sangat penting bagi pemerintah untuk membangun hubungan yang dapat dipercaya dengan masyarakat sebagai pelanggannya. Selain itu, kepercayaan memainkan peran penting dalam mempengaruhi opini konsumen (wajib pajak) tentang motif altruistik di balik upaya tanggung jawab sosial perusahaan atau dalam hal perpajakan yaitu pemerintah (Nadeem *et al.*, 2020).

2.1.5 Informasi Pajak

Keyakinan wajib pajak mengenai suatu subjek pajak bergantung pada jumlah informasi yang diketahui tentang pajak tersebut. Informasi perpajakan harus akurat, informatif, dan memadai (Chen, 2010). Wajib pajak yang tidak patuh secara tidak sengaja mungkin tidak dapat menemukan informasi yang cukup dan akurat mengenai masalah perpajakannya. Dengan demikian, Kornhauser (2005) beranggapan bahwa meningkatkan publisitas informasi perpajakan dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak.

Lefebvre, Pestieau, Riedl, dan Villeval (2015) melakukan eksperimen terhadap informasi penghindaran pajak dan kepatuhan pajak di beberapa negara dan menemukan bahwa ketika responden menerima informasi positif tentang kepatuhan pajak, maka perilaku mereka tidak terpengaruh. Sebaliknya, ketika mereka menerima informasi negatif, seperti informasi yang menyatakan tingginya tingkat penghindaran pajak, maka tingkat ketidakpatuhan mereka meningkat signifikan. Devos dan Zackrisson (2015) melakukan studi perbandingan antara

Australia dan Norwegia mengenai keterbukaan informasi pajak publik. Hasilnya menunjukkan bahwa keterbukaan informasi perpajakan masyarakat berdampak positif terhadap kepatuhan perpajakan.

2.1.6 Niat Kepatuhan Pajak

Niat individu untuk berperilaku tertentu dapat dijelaskan oleh sikap terhadap perilaku, persepsi tentang tekanan sosial dan persepsi tentang kesulitan perilaku (kontrol perilaku yang dirasakan) (Kang et al., 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Kang dan Hustvedt, 2014 menguji niat membeli sebagai salah satu manifestasi dari niat berperilaku (Kang dan Hustvedt, 2014). Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, ketika konsumen menganggap tanggung jawab sosial suatu perusahaan dapat dipercaya, mereka cenderung mempunyai niat untuk membeli produk dari perusahaan tersebut (Kang dan Hustvedt, 2014). Penelitian ini akan mengadopsi niat berperilaku dalam objek penelitian pada perpajakan yang disebut sebagai niat kepatuhan pajak.

2.1.7 Perilaku Kepatuhan Pajak

Dorongan penting dalam pengembangan TRA dan TPB adalah pendahuluan model sikap-perilaku dan lebih khusus lagi, identifikasi inkonsistensi yang disebutkan antara lain oleh LaPiere (1934) dan Wicker (1969) yang menunjukkan bahwa sikap individu hanya dapat memprediksi dengan lemah perilaku sebenarnya (Rausch & Kopplin, 2021). Kesenjangan ini memberikan jalan yang bermanfaat bagi model-model selanjutnya di akhir tahun 1960an, dengan menggabungkan konstruksi ini dengan faktor-faktor lain untuk menjelaskan hubungan sikap dengan perilaku pada TRA (Fishbein & Ajzen, 1975).

Teory Reason Action mengidentifikasi dua konstruksi tambahan untuk mengatasi inkonsistensi bivariat. Pertama, sikap positif terhadap perilaku tertentu mungkin tidak diterjemahkan ke dalam perilaku sebenarnya karena kurangnya tekanan sosial dari orang terdekat atau sebaliknya, tekanan sosial untuk tidak melakukan perilaku tersebut. Berbeda dengan sikap yang menangkap pengaruh pribadi

terhadap perilaku, Fishbein & Ajzen (1975) menyarankan bahwa ukuran norma subjektif menangkap pengaruh sosial terhadap perilaku. Kedua, sikap dan norma subjektif diasumsikan mempengaruhi perilaku melalui hubungan kognitif yang memediasi, yaitu niat untuk melakukan perilaku tersebut. Niat berperilaku menangkap faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku individu dan mencerminkan jumlah usaha yang bersedia dilakukan individu (Ajzen, 1991).

Niat berperilaku dianggap sebagai prediktor perilaku yang paling langsung sehubungan dengan TRA dan niat berperilaku, pada gilirannya, ditentukan oleh sikap dan norma subjektif. Dengan demikian, sikap ditentukan oleh keyakinan perilaku (yaitu, keyakinan individu tentang kemungkinan konsekuensi perilaku tersebut) dan norma subjektif ditentukan oleh keyakinan normatif (yaitu, keyakinan individu tentang apa yang orang lain pikirkan tentang perilaku tersebut).

2.1.8 Kebijakan Pemutihan Pajak

Pemutihan adalah program pemberian keringanan atau pembebasan terhadap pokok tunggakan dan denda pajak kendaraan bermotor dan bea balik nama kendaraan bermotor (Pemerintah Provinsi Lampung, 2021). Pemutihan yang dilaksanakan di Provinsi Lampung tahun 2021 didasarkan pada Peraturan Gubernur Lampung Nomor 14 tahun 2021 tentang Pemberian Keringanan atau Pembebasan Terhadap Pokok Tunggakan dan Denda Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor di Provinsi Lampung tahun 2021. Peraturan Gubernur tersebut di atas menyatakan bahwa keringanan yang diberikan adalah keringanan atau pembebasan terhadap pokok tunggakan dan denda pajak yang akan diberikan kepada pemilik kendaraan bermotor berplat nomor polisi BE yang akan melakukan balik nama/mutasi kendaraannya (BBNKB kedua dan seterusnya) dalam daerah, kecuali untuk kendaraan bermotor yang melakukan ubah bentuk. Keringanan atau pembebasan juga diberikan kepada pemilik kendaraan bermotor berplat nomor polisi BE yang menunggak Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), yang akan melunasi kewajibannya membayar PKB berupa keringanan atau pembebasan terhadap pokok tunggakan dan denda. Keringanan

atau pembebasan PKB sebagaimana tersebut di atas diberikan berupa penghapusan seluruh tunggakan pajak beserta denda administrasi dan bunga.

Pelaksanaan program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor di Provinsi Lampung tahun 2021 akan dilaksanakan selama enam bulan, mulai berlaku sejak tanggal 1 April 2021 sampai dengan tanggal 30 September 2021. Pelaksanaan program ini diharapkan dapat meningkatkan penerimaan daerah dari sektor Pajak Kendaraan Bermotor dan meningkatkan kesadaran masyarakat terkait kewajiban membayar PKB dan melaksanakan BBNKB. Penelitian ini menggunakan kebijakan pemutihan pajak yang digambarkan melalui promosi potongan harga yang dapat berperan sebagai variabel pemoderasi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Judul	Metode	Pembahasan
1	<i>Determinants of Tax Compliance Intention: Focus on the Theory of Planned Behavior.</i> <i>International journal of public administration,</i> 44(1), 62-73. (Taing & Chang, 2021)	Pengumpulan data dan pengambilan data melalui kuesioner. Analisis menggunakan uji Kaiser – Meyer–Olkin dan uji alpha Cronbach digunakan untuk menguji kecukupan pengambilan sampel dan keandalan kumpulan data. Analisis faktor eksplorasi digunakan untuk menguji validitas yang berbeda dari kuesioner dan untuk mengeksplorasi relevansi dari semua 30 item yang mendasari faktor penentu kepatuhan pajak. Skor faktor yang diperoleh dari analisis faktor digunakan untuk regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa moral pajak, keadilan pajak, dan kompleksitas pajak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap niat kepatuhan wajib pajak warga negara. Sedangkan kekuatan otoritas, kepercayaan pada pemerintah, informasi perpajakan, dan kesadaran pajak tidak menunjukkan hubungan yang signifikan secara statistik terhadap niat kepatuhan pajak.

No	Peneliti & Judul	Metode	Pembahasan
		logistik terurut untuk menguji hipotesis.	
2	<i>An investigation of the Theory of Planned Behavior and the role of Tax Amnesty in tax compliance. The Indonesian Accounting Review</i> , 7(1), 79-94. (Novianti & Dewi, 2018)	Pengumpulan data menggunakan metode <i>convenience sampling</i> , jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 145 sampel. Data dianalisis dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan SmartPLS.3.0 dan SPSS 21.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, sikap dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku kecuai pengendalian perilaku yang dirasakan. Kedua, model termasuk Amnesti Pajak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap ketidakpatuhan pajak dalam dua konstruk; sikap dan norma subjektif. Namun, efek interaksi kontrol perilaku yang dirasakan tidak tampak secara signifikan.
3	<i>Determinants of Tax Compliance: A Review of Factors and Conceptualizations. International Journal of Economics and Finance</i> , 7(9), 207-218. (Marandu <i>et al.</i> , 2015)	Penelitian ini bertujuan untuk memberikan tinjauan tentang faktor-faktor yang menentukan kepatuhan wajib pajak dari sudut pandang pemasaran sosial (social marketing). Data diperoleh dari 18 studi empiris yang diterbitkan antara 1985 dan 2012 dari seluruh dunia.	Pertama, banyaknya data dan faktor penjelas yang berbeda yang diusulkan dalam literatur membuat perbandingan temuan di beberapa studi menjadi sulit. Kedua, beberapa peneliti tidak memiliki kerangka teoritis untuk membantu memandu pemilihan faktor independen. Ketiga, analisis agregat menunjukkan bahwa variabel kontrol sikap, normatif dan subjektif (TPB) merupakan prediktor kepatuhan pajak yang baik secara keseluruhan.

No	Peneliti & Judul	Metode	Pembahasan
4	<p><i>Does Service Quality Influence Tax Compliance Behaviour of SMEs? A New Perspective from Ghana.</i> <i>International Journal of Economics and Financial Issues</i>, 10(6), 50. (Susuawu <i>et al.</i>, 2020)</p>	<p>Pengumpulan data menggunakan survei untuk menguji lima hipotesis dengan bantuan tabel frekuensi, analisis regresi dan korelasi.</p>	<p>Studi ini menemukan pengaruh positif yang signifikan secara statistik dari keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap perilaku kepatuhan pajak UKM. Kedua, ada korelasi positif yang bervariasi di antara ukuran kualitas layanan pajak. Dalam menggunakan indikator kualitas layanan pajak ini, pemahaman yang lebih baik diperoleh tentang perilaku ketidakpatuhan pajak, yang bersumber dari kualitas layanan yang buruk.</p>
5	<p><i>Taxpayer Compliance in SMEs Sector: A Theory of Planned Behavior.</i> Jurnal Keuangan dan Perbankan, 22(2), 219-230 (Sudiartana <i>et al.</i>, 2018)</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode survei pada UKM formal di Provinsi Bali. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah proporsional random sampling dan data yang terkumpul dianalisis menggunakan Structural Equation Model (SEM).</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku berpengaruh terhadap niat seseorang untuk mematuhi ketentuan perpajakan. Variabel kontrol perilaku yang dipersepsikan tidak berpengaruh langsung terhadap perilaku individu terhadap kepatuhan pajak sedangkan variabel niat untuk mematuhi perilaku kepatuhan pajak mendukung teori perilaku terencana.</p>

No	Peneliti & Judul	Metode	Pembahasan
6	<i>Tax compliance in a social setting: The influence of social norms, trust in government, and perceived fairness on taxpayer compliance. Advances in accounting</i> , 34, 17-26. (Jimenez & Iyer, 2016)	Metode survei digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang identitas pihak wajib pajak, kepercayaan pada pemerintah, persepsi keadilan dan niat kepatuhan. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner online melalui Qualtrics. Peserta diberi skenario pajak hipotetis dan niat kepatuhan diukur. Peserta juga memberi informasi demografis. Untuk menguji secara simultan semua hubungan dalam model, digunakan pemodelan persamaan struktural (SEM). menggunakan software LISREL.	Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa norma sosial mempengaruhi niat kepatuhan secara tidak langsung melalui internalisasi sebagai norma pribadi. Secara khusus, ketika kekuatan norma sosial yang mendukung kepatuhan pajak meningkat, norma pribadi kepatuhan pajak juga meningkat, dan ini mengarah pada peningkatan niat kepatuhan berikutnya. Disimpulkan juga bahwa kepercayaan pada pemerintah memiliki pengaruh yang signifikan pada persepsi kewajaran sistem perpajakan dan keputusan kepatuhan.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Sikap Wajib Pajak terhadap Niat Kepatuhan Pajak

Sikap adalah perasaan atau cara berpikir seseorang yang mempengaruhi tingkah laku seseorang. Sikap didefinisikan sebagai perasaan mendukung atau memihak (*favorableness*) atau perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorableness*) terhadap suatu objek yang akan disikapi. Perasaan ini timbul dari adanya evaluasi individual atas keyakinan terhadap hasil yang didapatkan dari perilaku tertentu tersebut. Sikap berasal dari nilai-nilai mereka yang terinternalisasi.

Berbagai penelitian telah menunjukkan peran norma pribadi terhadap kebiasaan membayar pajak. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Bobek dan Hatfield (2003) dan Elia (2007) didapatkan hasil bahwa sikap terhadap ketidakpatuhan

berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku. Dalam penelitian lain oleh Widi dan Argo (2010), dibuktikan bahwa sikap terhadap ketidakpatuhan tidak mempengaruhi niat berperilaku. Berdasarkan pertimbangan tersebut maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Sikap wajib pajak berpengaruh terhadap niat kepatuhan pajak

2.3.2 Pengaruh Kepercayaan pada Pemerintah terhadap Niat Kepatuhan Pajak

Kepercayaan pada pemerintah mewakili *subjective norm* pada penelitian ini. Norma subjektif mengacu pada persepsi individu terhadap apakah individu tertentu setuju atau tidak setuju atas perilakunya, dan motivasi yang diberikan oleh mereka kepada individu untuk berperilaku tertentu. Orang disekitar yang direferensikan ini misalnya teman, keluarga, atau relasi.

Dalam banyak kondisi, perilaku wajib pajak dipengaruhi oleh orang lain. Keputusan wajib pajak untuk berperilaku patuh atau tidak patuh dilatarbelakangi oleh orang yang dirujuk. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh tinggi terhadap niat tidak patuh (Bobek dan Hatfield 2003; Widi dan Argo 2010; Elia 2007). Sedangkan Widi dan Bambang (2012) tidak mendukung pengaruh norma subjektif dan niat tidak patuh. Dari uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kepercayaan pada pemerintah berpengaruh terhadap niat kepatuhan pajak

2.3.3 Pengaruh Informasi Pajak terhadap Niat Kepatuhan Pajak dan Perilaku Kepatuhan Pajak

Informasi pajak dalam penelitian ini mewakili *perceived behavioral control* dalam *theory of planned behavior* untuk memeriksa hubungannya terhadap niat kepatuhan pajak. *Perceived behavioral control* (PBC) mengacu kepada persepsi seseorang terhadap sulit tidaknya melaksanakan perilaku yang diinginkan, terkait dengan keyakinan akan tersedia atau tidaknya sumber dan kesempatan yang diperlukan untuk mewujudkan perilaku tertentu (Ajzen, 1991).

Sementara Francis *et al.* (2004) mendefinisikan PBC sebagai persepsi seseorang terhadap kesanggupannya dalam melaksanakan suatu perilaku. Didalamnya ada dua aspek yang diperhatikan yaitu, pertama, seberapa besar orang tersebut memiliki kontrol terhadap suatu perilaku (*controllability*), dan kedua, seberapa yakin orang tersebut merasa sanggup melakukan suatu perilaku (*self-efficacy*).

PBC memiliki dua pengaruh yaitu pengaruh kepada niat berperilaku dan pengaruh langsung kepada perilaku. Ajzen (2002) mengatakan bahwa kontrol berperilaku mempengaruhi niat didasarkan atas asumsi bahwa kontrol berperilaku yang dipersepsikan oleh individu akan memberikan implikasi motivasi pada orang tersebut. Penelitian oleh Terry and O'Leary (1995) menemukan bahwa kesanggupan melakukan sesuatu mempengaruhi niat seseorang dalam berperilaku namun tidak kepada perilaku itu sendiri (Tavousi et al 2009). Penelitian oleh Bobek and Hatfield (2003) dan Mustikasari (2007) menyatakan bahwa PBC berpengaruh terhadap niat berperilaku.

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, PBC juga memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku. Pengaruh langsung ini terjadi karena adanya kondisi pengendalian yang nyata dilapangan. Artinya, jika niat untuk berperilaku tertentu sudah ada, maka niat itu akan menjadi perilaku ketika kenyataan pengendalian di lapangan memungkinkan untuk melakukannya. Tetapi, ada kalanya perilaku yang timbul tidak sesuai dengan niat semula karena kondisi dilapangan tidak memungkinkan untuk itu sehingga akan mempengaruhi atau mengubah PBC individu.

Ajzen (2002 dan 2006) menyebutkan bahwa pengaruh langsung PBC terhadap perilaku sebagai kemampuan mengontrol. Pelaksanaan perilaku tergantung pada keyakinan individu terhadap seberapa besar kontrol yang dimilikinya terhadap perilaku (*control over the behavior*). PBC yang telah berubah akan mempengaruhi individu untuk berperilaku. Inilah mengapa Ajzen (1991) berpendapat bahwa PBC dapat digunakan sebagai pengganti dalam mengukur adanya kontrol nyata di lapangan yang berpengaruh terhadap perilaku.

Penelitian yang dilakukan oleh Terry and O’Leary (1995) menemukan bahwa *perceived behavioral control* berpengaruh dan mampu memprediksi perilaku namun tidak terhadap niat (Tavousi et al 2009). Hasil penelitian oleh Bobek (2003) tidak menemukan pengaruh yang signifikan antara PBC dan perilaku. Sebaliknya, Mustikasari (2007) menemukan bahwa PBC berpengaruh signifikan terhadap perilaku kepatuhan pajak. Dari uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Informasi pajak berpengaruh terhadap niat kepatuhan pajak

H4 : Informasi pajak berpengaruh terhadap perilaku kepatuhan pajak

2.3.4 Pengaruh Niat Kepatuhan Pajak terhadap Perilaku Kepatuhan Pajak

Dalam model TPB (Ajzen, 1991), niat berperilaku merupakan variabel antara bagi perilaku. Hal ini dapat diartikan bahwa perilaku individu pada umumnya didasarkan oleh niat berperilaku. Secara umum, niat secara signifikan mempengaruhi kepatuhan pajak. Berdasarkan Ajzen (2005: 101) niat dapat secara akurat memprediksi berbagai kecenderungan tindakan yang sesuai.

Secara empiris, niat terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kepatuhan pajak (Bobek dan Hatfield 2003; Widi dan Bambang 2015; Mustikasari 2007). Berdasarkan pertimbangan tersebut maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Niat kepatuhan pajak berpengaruh terhadap perilaku kepatuhan pajak

2.3.5 Kebijakan Pemutihan Pajak memoderasi Sikap Wajib Pajak, Kepercayaan Pada Pemerintah, dan Informasi Pajak terhadap Niat Kepatuhan Pajak

Pemutihan pajak sebagai pendorong kepatuhan pembayaran PKB dan BBNKB diharapkan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Studi sebelumnya menemukan bahwa pemutihan pajak berdampak besar pada kepatuhan (Hutomo, 2016). Secara umum, ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi niat, tetapi pengaruh ini biasanya dimoderasi oleh kondisi yang lebih spesifik.

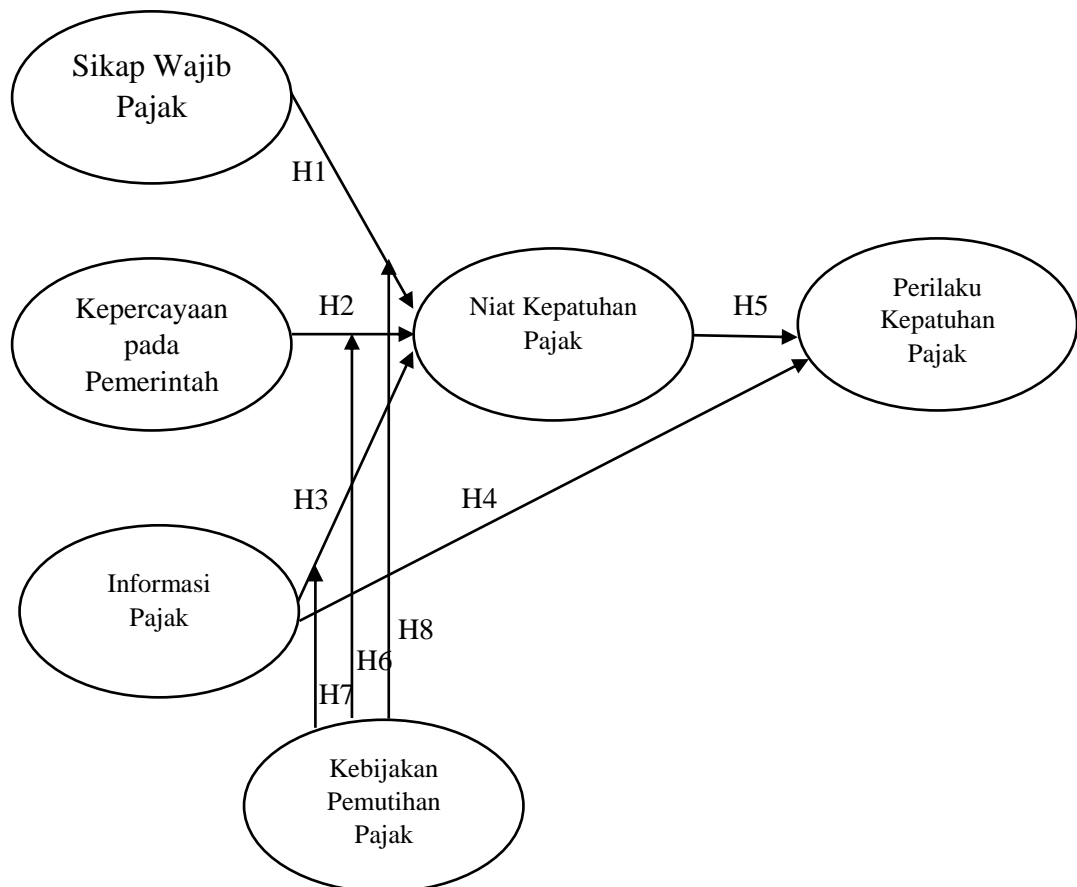
Variabel moderasi potensial yang jelas terkait dengan konteks perilaku adalah kendala situasional. Pemberian keringanan pajak (Pemutihan) diharapkan dapat memoderasi sikap dan sifat wajib pajak. Jika pemutihan pajak disertai dengan fitur-fitur ini, maka model kepatuhan pajak akan meningkat. Berdasarkan pertimbangan tersebut maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Kebijakan pemutihan pajak memoderasi hubungan antara sikap wajib pajak terhadap niat kepatuhan pajak

H7: Kebijakan pemutihan pajak memoderasi hubungan antara kepercayaan pada pemerintah terhadap niat kepatuhan pajak

H8: Kebijakan pemutihan pajak memoderasi hubungan antara informasi pajak terhadap niat kepatuhan pajak

Mengacu pada kerangka teoritis tentang hubungan antar variabel seperti dijelaskan dalam perumusan hipotesis, maka model penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Model Penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel secara langsung dari populasi. Dilihat dari permasalahan yang diteliti, penelitian ini merupakan penelitian kausalitas, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh (sebab-akibat) dari dua atau lebih fenomena (Sekaran, 1992), melalui pengujian hipotesis.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah wajib pajak berdasarkan jumlah kendaraan bermotor (roda 4 dan roda 2) di Kabupaten Pesawaran sebanyak 137.115 kendaraan yang terdiri dari kendaraan roda 4 sebanyak 124.664 dan kendaraan roda 2 sebanyak 12.451. Lebih lanjut, desain untuk mengambil sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yaitu wajib pajak yang sedang melakukan pembayaran pemutihan pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Pesawaran (UPTD Pengelolaan Pendapatan Wilayah VIII). Penentuan jumlah sampel minimal pada penelitian ini menggunakan indikator yang dikalikan dengan minimal 5 atau 10 kali jumlah parameter yang akan di estimasi (Hair *et al.*, 2010). Dalam penelitian ini jumlah parameternya adalah 26, sehingga jumlah sampel minimal sebesar yaitu $26 \times 10 = 260$ wajib pajak.

3.3 Variabel Penelitian

Penelitian ini terdapat enam variabel yang akan diteliti yaitu terdiri dari variabel bebas (*independent variable*), variabel moderasi, dan variabel terikat (*dependent variable*) yang akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu sikap wajib pajak, kepercayaan pada pemerintah dan informasi pajak.
2. Variabel moderasi merupakan variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Variabel moderasi dalam penelitian ini yaitu kebijakan pemutihan pajak.
3. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu niat kepatuhan pajak dan perilaku kepatuhan pajak.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Sikap Wajib Pajak

Definisi operasional sikap merujuk pada definisi yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) bahwa sikap merupakan kunci dalam menentukan perilaku masa depan konsumen dalam membuat atau tidak membuat keputusan perilaku. Kemudian, pengukuran sikap wajib pajak diadopsi dan dikembangkan oleh Taing dan Chang (2021) yang telah diuji reliabilitas sebesar 0,89 dan uji validitas sebesar 0,88. Setiap item indikator diukur dengan skala Likert 1-5 yaitu skala sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Instrumen pengukuran sikap wajib pajak yaitu 1) Saya pikir saya harus secara jujur menyatakan semua kewajiban pajak saya, 2) Saya pikir pembayar pajak seharusnya melaporkan kekurangan pembayaran pajaknya, 3) Saya tidak akan menghindari pembayaran pajak walaupun saya memiliki kesempatan untuk menghindari pembayaran pajak, 4) Saya pikir membayar pajak adalah kewajiban saya, 5) Menurut saya menghindari

pembayaran pajak itu salah, dan 6) Saya selalu mematuhi dan mengikuti hukum perpajakan.

3.4.2 Kepercayaan pada Pemerintah

Definisi operasional kepercayaan pada pemerintah merujuk pada definisi yang dikemukakan oleh Ritsasos (2014) bahwa kepercayaan pada Pemerintah merupakan kecenderungan individu untuk bekerja sama dan faktor yang membentuk kepercayaan memengaruhi perilaku individu terhadap organisasi pembuat kebijakan seperti pemerintah. Kemudian, pengukuran kepercayaan pada pemerintah diadopsi dan dikembangkan oleh Taing dan Chang (2021). Setiap item indikator diukur dengan skala Likert 1-5 yaitu skala sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Instrumen pengukuran kepercayaan pada pemerintah yaitu 1) Menurut saya, pemerintah memanfaatkan pendapatan pemerintah dengan baik, 2) Menurut saya BAPPEDA transparan dan semua penerimaan pajak digunakan dengan tepat, 3) Menurut saya petugas pajak itu transparan, dan 4) Orang-orang yang saya kenal berpikir bahwa pajak dapat dipercaya.

3.4.3 Informasi Pajak

Definisi operasional informasi pajak merujuk pada definisi yang dikemukakan oleh Chen (2010) bahwa informasi pajak merupakan informasi yang diberikan kepada wajib pajak untuk meyakinkan mereka secara akurat, informatif, dan memadai. Kemudian, pengukuran informasi pajak diadopsi dan dikembangkan oleh Taing dan Chang (2021). Setiap item indikator diukur dengan skala Likert 1-5 yaitu skala sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Instrumen pengukuran informasi pajak yaitu 1) Saya dapat menerima informasi akurat mengenai masalah perpajakan dari sumber informasi saya (misalnya televisi, surat kabar, radio, Facebook), 2) Informasi perpajakan yang saya terima jelas dan dapat dimengerti, 3) Petugas pajak memberikan penjelasan atau tanggapan yang jelas atas pertanyaan saya, 4) Saya biasanya menerima informasi yang cukup tentang masalah perpajakan saya, dan 5) Saya selalu diberikan informasi terkini dan relevan mengenai masalah perpajakan.

3.4.4 Niat Kepatuhan Pajak

Definisi operasional niat kepatuhan pajak merujuk pada definisi yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) bahwa niat untuk berperilaku adalah kecenderungan respons sikap individu terhadap objek yaitu, probabilitas seseorang untuk menentukan tindakan atau keputusan. Kemudian, penelitian ini mengadopsi pengukuran niat kepatuhan pajak oleh Casaló *et al.* (2010). Setiap item indikator diukur dengan skala Likert 1-5 yaitu skala sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Instrumen pengukuran niat kepatuhan pajak yaitu 1) Saya memiliki motivasi untuk membayar pajak, 2) Saya memiliki motif sosial untuk membayar pajak, 3) Saya sadar akan pentingnya melakukan pembayaran pajak.

3.4.5 Perilaku Kepatuhan Pajak

Definisi operasional perilaku kepatuhan pajak merujuk pada definisi yang dikemukakan oleh Lee (2008) bahwa perilaku kepatuhan pajak adalah perilaku untuk memberi keputusan setelah melakukan evaluasi terhadap barang atau jasa. Kemudian, penelitian ini mengadopsi pengukuran perilaku kepatuhan pajak oleh Rausch & Kopplin (2021). Setiap item indikator diukur dengan skala Likert 1-5 yaitu skala sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Instrumen pengukuran perilaku kepatuhan pajak yaitu 1) Ketika saya mendapatkan pengingat untuk membayar pajak, saya akan segera melakukan pembayaran, 2) Ketika saya mendapatkan informasi tentang pembayaran pajak menggunakan aplikasi, saya segera melakukan pembayaran menggunakan aplikasi tersebut, 3) Saya selalu membayar pajak dengan tepat waktu.

3.4.6 Kebijakan Pemutihan Pajak

Definisi operasional kebijakan pemutihan pajak merujuk pada definisi yang berorientasi pada promosi potongan harga oleh Villarejo-Ramos dan Sánchez-Franco (2005). Promosi potongan harga merupakan praktik atau alat pemasaran umum untuk menjangkau lebih banyak pelanggan melalui potongan harga untuk memaksimalkan peningkatan penjualan. Kemudian, penelitian ini mengadopsi

instrumen pengukuran kebijakan pemutihan pajak oleh Hanaysha (2017). Setiap item indikator diukur dengan skala Likert 1-5 yaitu skala sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Instrumen pengukuran kebijakan pemutihan pajak yaitu 1) Saya pikir kebijakan pemutihan pajak yang ditawarkan sangat memuaskan saya, 2) Pemerintah sering mengeluarkan kebijakan pemutihan pajak pada periode tertutup, 3) Kebijakan pemutihan pajak yang dilakukan pemerintah sangat membantu saya untuk mengatur anggaran dana saya, 4) Saya pikir kebijakan pemutihan pajak pada provinsi tempat tinggal saya lebih sering dibandingkan dengan provinsi lainnya, 5) Kebijakan pemutihan pajak selalu ditawarkan khusus pajak kendaraan bermotor roda 4 dan roda 2.

3.5 Teknis Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan model SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan bantuan aplikasi LISREL. SEM adalah sekumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Hubungan yang rumit tersebut dapat diartikan sebagai rangkaian hubungan yang dibangun antara satu atau beberapa variabel dependen (endogen) dengan satu atau beberapa variabel independen (eksogen), dan variabel-variabel tersebut berbentuk faktor atau konstruk yang dibangun dari beberapa indikator yang di observasi atau diukur langsung. SEM dapat dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*), dan analisis jalur (*path analysis*). Ghozali (2011) berpendapat bahwa SEM merupakan gabungan dari metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor (*factor analysis*) serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*).

Dalam SEM akan dilakukan uji kecocokan untuk memeriksa tingkat kecocokan antara data dengan model, validitas dan reliabilitas model pengukuran, dan signifikansi koefisien-koefisien model struktural. Evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model dilakukan dengan melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) kecocokan keseluruhan model (*overall model fit*), (2) kecocokan model

pengukuran (*measurement model fit*), dan (3) kecocokan model struktural (*structural model fit*), (Hair *et al.*, 1998).

Penjelasannya sebagai berikut:

1. Analisis Kecocokan Keseluruhan Model yaitu tahap pertama dari uji kecocokan ini ditujukan untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau *Goodness of Fit Index* (GOFI). Hair *et al.* (1998) membagi GOFI menjadi 3 bagian yaitu *absolute fit measures* (ukuran kecocokan absolut), *incremental fit measures* (ukuran kecocokan inkremental), dan *parsimonious fit measures* (ukuran kecocokan parsimoni) yang meliputi:
 - a. Ukuran kecocokan absolut (*Absolute fit measures*) menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian. Uji kecocokan tersebut meliputi:
 - 1) **Chi-square (X^2)** adalah untuk menguji seberapa dekat kecocokan antara matrik kovarian sampel (s) dengan matrik kovarian model $\Sigma(\theta)$ dengan syarat $p < 0,05$ yang berarti bahwa *good fit* (kecocokan yang baik).
 - 2) **Non-Centrality Parameter (NCP)** merupakan ukuran perbedaan antara Σ dan $\Sigma(\theta)$. Penilaian didasarkan atas perbandingan model lain dimana semakin kecil nilai, maka akan semakin baik.
 - 3) **Goodness of Fit Index (GFI)** yaitu ukuran kecocokan absolut yang pada dasarnya membandingkan model yang dihipotesiskan dengan tidak ada model sama sekali ($\Sigma(\theta)$) dengan ketentuan: Nilai GFI berkisar antara 0 (*poor fit*) sampai 1 (*perfect fit*), dan nilai $GFI \geq 0,90$ merupakan kecocokan yang baik (*good fit*), sedangkan $0,80 \leq GFI < 0,90$ disebut dengan *marginal fit*.
 - 4) **Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)** merupakan salah satu indeks yang informatif dalam SEM dimana, nilai $RMSEA \leq 0,05$ menandakan *close fit*, sedangkan $0,05 < RMSEA \leq 0,05$ menunjukkan *good fit*.
 - 5) **Single Sample Cross-Validation Index/Expected Cross-Validation Index (ECVI)** digunakan untuk perbandingan model dan semakin kecil nilai ECVI sebuah model semakin baik tingkat kecocokan.

b. Ukuran kecocokan inkremental (*Incremental fit measures*) membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (*base line*) yang sering disebut sebagai *null model* atau *independence model*. Uji kecocokan tersebut meliputi:

- 1) **Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI)** adalah perluasan dari GFI yang disesuaikan dengan rasio antara *degree of freedom* dari *null/independence/baseline* model dengan *degree of freedom* dari model yang dihipotesiskan atau diestimasi dengan ketentuan nilai AGFI berkisar antar 0 sampai 1 dan nilai $AGFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq GFI < 0,90$ menunjukkan *marginal fit*.
- 2) **Normed Fit Index (TLI/NNFI)** adalah ukuran *Goodness of Fit* (GOF) yang berkisar antara 0 dan 1,0, dengan nilai $NNFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit* dan $0,80 \leq NNFI < 0,90$ adalah *marginal fit*.
- 3) **Normed Fit Index (NFI)** merupakan salah satu ukuran GOF yang mempunyai nilai berkisar antara 0 sampai 1, dimana nilai $NFI \leq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq NFI < 0,90$ adalah *marginal fit*.
- 4) **Incremental Fit Index (IFI)** dengan ketentuan nilai berkisar antara 0 sampai 1, dimana nilai $IFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq IFI < 0,90$ adalah *marginal fit*.
- 5) **Relative Fit Index (RFI)** sebagaimana *NFI*, nilai berkisar antara 0 sampai 1, dimana nilai $RFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*.
- 6) **Compative Fit Index (CFI)** dengan ketentuan nilai berkisar antara 0 sampai 1, dimana $CFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq IFI < 0,90$ adalah *marginal fit*.

c. Ukuran kecocokan parsimoni (*Parsimonious fit measures*) yaitu ukuran kecocokan yang mempertimbangkan banyaknya koefisien di dalam model. Uji kecocokan tersebut meliputi:

- 1) **Parsimonious Normed Fit Index (PNFI)** memperhitungkan banyaknya *degree of freedom* untuk mencapai suatu tingkat kecocokan PNFI digunakan untuk membandingkan model alternatif dan tidak ada rekomendasi tingkat kecocokan yang dapat diterima. Meskipun

demikian ketika membandingkan 2 model, perbedaan PNFI sebesar 0.06 sampai 0.09 menandakan perbedaan model yang cukup besar (Hair *et al.*, 1998).

2) ***Parsimonious Goodness of Fit Index (PGFI)*** berdasarkan parsimoni dari model yang diestimasi. Nilai PGFI berkisar antara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan model parsimoni yang lebih baik.

2. Analisis Kecocokan Model Pengukuran (*Measurement Model Fit*). Setelah kecocokan model dan data secara keseluruhan adalah baik, langkah berikutnya adalah evaluasi atau analisis model pengukuran melalui dua tahapan yaitu:
 - a) Analisis terhadap validitas (*validity*) dari model dimana suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk (variabel laten) jika nilai t muatan faktornya (*factor loading*) lebih besar dari nilai kritis ($\geq 1,96$), dan muatan faktor standarnya (*standardized factor loadings*) $\geq 0,50$.
 - b) Analisis terhadap realibilitas (*reliability*) dalam SEM dengan menggunakan *composite reliability measure* (ukuran realibilitas komposit).
3. Analisis Kecocokan Model Struktural (*Structural Model Fit*) merupakan analisis yang mencakup terhadap pemeriksaan terhadap signifikansi koefisien-koefisien yang diestimasi dengan menspesifikasi tingkat signifikansi pada alfa (α) sebesar 0,05 (5%) pada angka mutlak 1,96. Selain itu, melihat nilai koefisien determinasi (R^2) persamaan struktural dimana, jika nilai R^2 semakin tinggi, maka semakin besar nilai-nilai independen (*exsogen*) dapat menjelaskan variabel endogen.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Adapun simpulan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Sikap wajib pajak memiliki pengaruh positif terhadap niat kepatuhan pajak.
2. Kepercayaan pada pemerintah memiliki pengaruh positif terhadap niat kepatuhan pajak.
3. Informasi pajak memiliki pengaruh positif terhadap niat kepatuhan pajak.
4. Informasi pajak memiliki pengaruh positif terhadap perilaku kepatuhan pajak.
5. Niat kepatuhan pajak memiliki pengaruh positif terhadap perilaku kepatuhan pajak.
6. Kebijakan pemutihan pajak memperkuat hubungan antara sikap wajib pajak terhadap niat kepatuhan pajak.
7. Kebijakan pemutihan pajak memperkuat hubungan antara kepercayaan pada pemerintah terhadap niat kepatuhan pajak.
8. Variabel kebijakan pemutihan pajak memperkuat hubungan antara informasi pajak terhadap niat kepatuhan pajak.

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Pihak SAMSAT memberikan sosialisasi kepada para wajib pajak secara berkesinambungan seperti pihak SAMSAT melakukan kunjungan ke rumah wajib pajak.

2. Pihak SAMSAT melakukan pemasangan iklan pada sejumlah tempat yang sering menjadi lalu lalang lalu lintas masyarakat dan iklan melalui sosial media.
3. Pihak SAMSAT harus memberikan informasi pajak secara individual kepada wajib pajak sehingga mereka diingatkan tanggal jatuh tempo dalam pembayaran pajak guna menghindari penunggakan melalui pesan singkat kepada nomor telepon yang terdaftar pada sistem SAMSAT.
4. Pihak SAMSAT harus melakukan verifikasi data wajib pajak saat wajib pajak mendatangi kantor SAMSAT untuk melakukan pembayaran sehingga data tersebut dapat dihubungi oleh pihak SAMSAT untuk melakukan peringatan pembayaran jatuh tempo pajak kendaraan bermotor.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, *161*, 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In *Action control* (pp. 11–39). Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. Mcgraw-hill International.
- Al-Zaqeba, M. A. A., & Al-Rashdan, M. T. (2020). The effect of attitude, subjective norms, perceived behavioral control on tax compliance in Jordan: The moderating effect of customs tax. *International Journal of Scientific and Technology Research*, *9*(4), 233–238.
- Albayrak, T., Karasakal, S., Kocabulut, Ö., & Dursun, A. (2020). Customer Loyalty Towards Travel Agency Websites: The Role of Trust and Hedonic Value. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, *21*(1), 50–77. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1619497>
- Anderson, E., & Simester, D. (2004). Does promotion depth affect long-run demand. *Marketing Sci*, *23*(1), 4–20.
- Bagozzi, R. P., Wong, N., Abe, S., & Bergami, M. (2000). Cultural and situational contingencies and the theory of reasoned action: Application to fast food restaurant consumption. *Journal of Consumer Psychology*, *9*(2), 97–106.
- Bani-Khalid, T., Alshira'h, A. F., & Alshirah, M. H. (2022). Determinants of tax compliance intention among Jordanian SMEs: A focus on the theory of planned behavior. *Economies*, *10*(2), 30.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Guinalú, M. (2010). Determinants of the intention to participate in firm-hosted online travel communities and effects on consumer behavioral intentions. *Tourism Management*, *31*(6), 898–911. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.04.007>
- Darmakanti, N. M., & Febriyanti, N. K. E. S. (2021). Efektivitas Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor Pada Masa Pandemi. *Jurnal Pacta Sunt Servanda*, *2*(2), 88–94.

- Erida, E., & Rangkuti, A. S. (2017). the Effect of Brand Image, Product Knowledge and Product Quality on Purchase Intention of Notebook With Discount Price As Moderating Variable. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 1(1), 26–32. <https://doi.org/10.22437/jb.v1i1.3919>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Ghozali, I. (2011). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 22.0 Update Bayesian SEM*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Grewal, D., Krishnan, R., Baker, J., & Borin, N. (1998). The effect of store name, brand name and price discounts on consumers' evaluations and purchase intentions. *Journal of Retailing*, 74(3), 331–352.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Hanaysha, J. R. (2017). Impact of Social Media Marketing, Price Promotion, and Corporate Social Responsibility on Customer Satisfaction. *Jindal Journal of Business Research*, 6(2), 132–145. <https://doi.org/10.1177/2278682117715359>
- Haugh, L. J. (1983). Defining and redefining. *Advertising Age*, 14(2), 44.
- Helhel, Y., & Ahmed, Y. (2014). Factors affecting tax attitudes and tax compliance: A survey study in Yemen. *European Journal of Business and Management*, 6(22), 48–58.
- Janiszewski, C., & Cunha Jr, M. (2004). The influence of price discount framing on the evaluation of a product bundle. *Journal of Consumer Research*, 30(4), 534–546.
- Jayawardane, D. (2015). Psychological factors affect tax compliance. A review paper. *International Journal of Arts and Commerce*, 4(6), 131–141.
- Jayawardane, D., & Low, K. (2016). Taxpayer attitude and tax compliance decision in Sri Lanka. *International Journal of Arts and Commerce*, 5(2), 124. www.ijac.org.uk
- Jimenez, P., & Iyer, G. S. (2016). Tax compliance in a social setting: The influence of social norms, trust in government, and perceived fairness on taxpayer compliance. *Advances in Accounting*, 34, 17–26. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2016.07.001>
- Khan, U., & Dhar, R. (2010). Price-framing effects on the purchase of hedonic and utilitarian bundles. *Journal of Marketing Research*, 47(6), 1090–1099.
- Marandu, E. E., Mbekomize, C. J., & Ifezue, A. N. (2015). Determinants of tax compliance: A review of factors and conceptualizations. *International Journal of Economics and Finance*, 7(9), 207–218.

- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment–trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Mulyadi, S. F., Kurniansyah, D., & Santoso, M. P. T. (2021). Implementasi Penerapan Aplikasi Sambara Dalam Administrasi Wajib Pajak Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa*, 6(2), 184–193.
- Nadeem, W., Juntunen, M., Shirazi, F., & Hajli, N. (2020). Consumers' value co-creation in sharing economy: The role of social support, consumers' ethical perceptions and relationship quality. *Technological Forecasting and Social Change*, 151(August), 119786. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119786>
- Novianti, A. F., & Dewi, N. H. U. (2018). An investigation of the Theory of Planned Behavior and the role of Tax Amnesty in tax compliance. *The Indonesian Accounting Review*, 7(1), 79–94.
- Pavlou, P. A., & Fygenson, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS Quarterly*, 115–143.
- Quelch, J. A. (1989). *Sales promotion management*. Prentice Hall.
- Rausch, T. M., & Kopplin, C. S. (2021). Bridge the gap: Consumers' purchase intention and behavior regarding sustainable clothing. *Journal of Cleaner Production*, 278, 123882. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123882>
- Robbins, B., & Kiser, E. (2020). State coercion, moral attitudes, and tax compliance: Evidence from a national factorial survey experiment of income tax evasion. *Social Science Research*, 91, 102448.
- Sekaran, U. (1992). *Research Methods for Business, a Skill-Building Approach* (Second Edi). John Wiley.
- Shimul, A. S., Cheah, I., & Khan, B. B. (2022). Investigating female shoppers' attitude and purchase intention toward green cosmetics in South Africa. *Journal of Global Marketing*, 35(1), 37–56.
- Soorani, F., & Ahmadvand, M. (2019). Determinants of consumers' food management behavior: Applying and extending the theory of planned behavior. *Waste Management*, 98, 151–159. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2019.08.025>
- Strong, E. K. (1925). *Psychology of Selling and Advertising*. McGraw-Hill.
- Sudiartana, M., Mendra, N. P. Y., & others. (2018). Taxpayer compliance in SMEs sector: A theory of planned behavior. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 219–230.
- Susuawu, D., Ofori-Boateng, K., & Amoh, J. K. (2020). Does service quality influence tax compliance behaviour of SMEs? A new perspective from Ghana. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 10(6), 50.

- Taing, H. B., & Chang, Y. (2021). Determinants of Tax Compliance Intention: Focus on the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Public Administration*, 44(1), 62–73. <https://doi.org/10.1080/01900692.2020.1728313>
- Thorbjørnsen, H., Pedersen, P. E., & Nysveen, H. (2007). “This is who I am”: Identity expressiveness and the theory of planned behavior. *Psychology & Marketing*, 24(9), 763–785.
- Torgler, B. (2004). *Tax morale, trust and corruption: Empirical evidence from transition countries*.
- Villarejo-Ramos, A. F., & Sánchez-Franco, M. J. (2005). (2005). Impact of marcomms and price promo on brand equity. *Brand Management*, 12(6), 431–444.
- Widajantie, T. D., & Anwar, S. (2020). Pengaruh Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak, Dan Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Pada Kantor Bersama Samsat Surabaya Selatan). *Behavioral Accounting Journal*, 3(2), 129–143. <https://doi.org/10.33005/baj.v3i2.103>
- Yu, W., Han, X., Ding, L., & He, M. (2021). Organic food corporate image and customer co-developing behavior: The mediating role of consumer trust and purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102377.
- Zhang, L., Smith, E., & Gouldman, A. (2020). *The Effects of Individual Values on Willingness to Pay and Fairness Perceptions of Use Tax on Internet Purchases*. 27, 197–221. <https://doi.org/10.1108/s1058-749720200000027007>