

Pengaruh Layanan Samsat *Corner*, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Kualitas Pelayanan pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Laila Susanti¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Indonesia
email: lsusanti44@gmail.com

Putu Ery Setiawan²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan teknik penentuan sampel yaitu metode *proportionate stratified random sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan SAMSAT *corner*, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hal ini berarti semakin baiknya layanan SAMSAT *corner*, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan pula kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dalam hal memenuhi kewajiban perpajakannya.

Kata Kunci : Layanan SAMSAT *Corner*; Kesadaran Wajib Pajak; Sosialisasi Perpajakan; Kualitas Pelayanan; Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Effects of Samsat Corner Services, Taxpayer Awareness, Tax Socialization and Service Quality on Motor Vehicle Taxpayer Compliance

ABSTRACT

This research was conducted at the Joint Office of SAMSAT Denpasar. The number of samples used in this study were 100 respondents with a sampling technique that is proportionate stratified random sampling method. Data collection in this study was conducted by a questionnaire method with data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results showed that SAMSAT corner service, taxpayer awareness, tax socialization, and service quality had a positive effect on motor vehicle taxpayer compliance. This means that the better SAMSAT corner service, awareness of taxpayers, tax socialization, and quality of service will also increase motor vehicle taxpayers compliance in terms of meeting their tax obligations.

Keywords : SAMSAT *Corner Service*; Taxpayer Awareness; Tax Socialization; Service Quality; Motor Vehicle Taxpayer Compliance.



E-JA
e-Jurnal Akuntansi
e-ISSN 2302-8556

Vol. 29 No. 2
Denpasar, November
2019

Hal. 630-644

Artikel masuk:
11 Oktober 2019

Tanggal diterima:
17 November 2019

PENDAHULUAN

Pajak memiliki peran yang sangat penting dalam memenuhi kepentingan pembangunan dan sebagai sumber pendapatan negara. Pajak juga merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang ditujukan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran pemerintah daerah, sehingga tujuan dari pajak itu sendiri untuk meningkatkan penerimaan daerah, dan bukan untuk memberatkan masyarakat (James dan Alley, 2004). Pemberian kewenangan dalam pengenaan pajak dan retribusi daerah diharapkan dapat mendorong pemerintah daerah untuk melakukan berbagai upaya agar Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi lebih optimal (Febriyanti dan Setiawan, 2017).

Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah salah satu penerimaan pajak yang dapat mempengaruhi tingginya pendapatan daerah yang berguna untuk membiayai pembangunan pemerintah daerah, oleh karena itu perlu adanya optimalisasi dari penerimaan PKB melalui berbagai upaya yang dapat meningkatkan pendapatan dari sektor ini (Amri, 2015). Berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1, Pajak Kendaraan Bermotor yaitu pajak atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor. Instansi yang menangani pembayaran PKB adalah Badan Pendapatan Daerah Provinsi Bali (Bapenda) melalui Kantor Bersama Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (SAMSAT).

Jumlah kendaraan bermotor yang beredar di Kota Denpasar dari tahun 2013-2017 mengalami fluktuasi. Perkembangan jumlah kendaraan bermotor khususnya di Kota Denpasar dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Jumlah Kendaraan Bermotor yang Beredar dan Telah Melaksanakan Kewajiban Perpajakan pada Kantor Bersama SAMSAT Denpasar Tahun 2013-2017 (dalam unit)

Tahun	Jumlah Kendaraan Terdaftar	Jumlah Kendaraan yang Telah Melaksanakan Kewajiban	yang Kepatuhan Wajib Pajak Melaksanakan(%)
2013	1.260.286	938.149	74
2014	1.114.508	756.730	68
2015	1.187.075	765.726	65
2016	1.243.145	747.407	60
2017	1.292.618	751.682	58

Sumber: Data Penelitian, 2019

Tabel 1. menunjukkan jumlah kendaraan yang beredar di Kota Denpasar yang mengalami fluktuasi selama lima tahun terakhir. Dimana pada tahun 2014 jumlah kendaraan yang terdaftar mengalami penurunan dan dari tahun 2015-2017 terus mengalami kenaikan. Kondisi tersebut tidak sejalan dengan presentase kepatuhan Wajib Pajak dari tahun 2013-2017 yang terus mengalami penurunan. Kepatuhan pajak yang cenderung mengalami penurunan ini akan mengancam upaya pemerintah untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Chau dan Leung, 2009).

Kepatuhan wajib pajak adalah sikap patuh atau tunduk terhadap aturan perundang-undangan yang berlaku dalam hal memenuhi kewajiban perpajakan. Kepatuhan wajib pajak dapat diidentifikasi melalui kepatuhan terhadap perhitungan, pembayaran, serta pelaporan atas pemenuhan kewajiban wajib

pajak (Marti, L.O *et al.*, 2010). Mendorong tingkat kepatuhan wajib pajak adalah salah satu permasalahan serius yang dihadapi oleh para pembuat kebijakan ekonomi (Torgler dan Schaltegger, 2005). Pemungutan pajak merupakan pekerjaan yang tidak mudah, disamping peran serta aktif dari petugas pajak, juga harus dituntut inisiatif dari wajib pajak itu sendiri. Seseorang yang mengetahui wajib pajak yang tidak patuh, maka seseorang tersebut kemungkinan akan memiliki kecenderungan mengikuti ketidakpatuhan tersebut (Davis *et al.*, 2003).

Dalam hal meningkatkan kepatuhan wajib pajak diperlukan adanya sebuah inovasi yang baik guna memudahkan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya seperti hadirnya layanan SAMSAT *corner*. Layanan SAMSAT *corner* merupakan suatu inovasi pemerintah, untuk dapat meningkatkan pelayanan terhadap wajib pajak yang bertujuan untuk memberikan kemudahan masyarakat dalam bentuk pelayanan yang tepat, cepat, efektif, dan efisien dalam hal membayar PKB setiap tahunnya (Fitranti *et al.*, 2009)

Faktor lainnya yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam hal membayar PKB yaitu kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan. Kesadaran wajib pajak dapat dilihat dari kesungguhan dan keinginan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya dalam hal membayar dan melaporkan pajak yang ditunjukkan dalam pemahaman wajib pajak terhadap fungsi pajak dan kesungguhan wajib pajak. Sehingga untuk dapat mewujudkan wajib pajak yang sadar dan peduli pajak, wajib pajak harus diajak untuk mengetahui, mengakui, menghargai dan mentaati ketentuan perpajakan yang berlaku (Cahyadi dan Jati, 2016).

Penerimaan PKB, tunggakan dan denda di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar mengalami fluktuasi selama lima tahun terakhir yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor, Tunggakan dan Denda di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar Tahun 2013-2017 (dalam Rupiah)

Tahun	Pendapatan	Tunggakan	Denda
2013	392.727.443.425	25.880.503.600	11.949.885.125
2014	360.403.777.650	35.488.902.800	16.831.692.100
2015	391.284.258.225	37.917.178.300	20.652.877.625
2016	431.798.721.260	37.052.288.200	13.477.744.906
2017	529.372.212.262	25.678.158.400	23.446.695.354

Sumber: Data Penelitian, 2019

Tabel 2. menunjukkan jumlah pendapatan pada tahun 2014 mengalami penurunan, kemudian terus mengalami kenaikan dari tahun 2015-2017. Jumlah tunggakan pada tahun 2013-2015 mengalami peningkatan, sedangkan tahun 2016-2017 mengalami penurunan. Jumlah denda pada tahun 2013-2015 mengalami peningkatan, tahun 2016 mengalami penurunan dan tahun 2017 kembali mengalami peningkatan. Hal ini mengindikasikan adanya ketidakpatuhan dalam hal membayar pajak, dikarenakan kurangnya pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan

dan perundang-undangan, sehingga diperlukan adanya sosialisasi perpajakan (Rusmayani dan Supadmi, 2017). Sosialisasi yang optimal melalui pemberian informasi yang dilakukan oleh petugas pajak kepada wajib pajak diharapkan wajib pajak mengerti mengenai manfaat dari kebijakan yang berlaku, mekanisme dan prosedur dalam pembayaran PKB (Gustiari dan Suprasto, 2018).

Menurut Hanousek dan Palda (2004) kemauan wajib pajak untuk membayar pajak sebagian besar dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemerintah. Kualitas pelayanan tidak hanya dianggap penting oleh perusahaan komersial saja tetapi saat ini instansi pajak juga telah merasakan pentingnya kualitas pelayanan karena instansi pajak juga memiliki pelanggan yaitu wajib pajak (Alabede *et al.*, 2011).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis termotivasi untuk menguji pengaruh layanan SAMSAT *corner*, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor (Studi kasus pada wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar).

Layanan SAMSAT *Corner* merupakan salah satu upaya Dinas Pendapatan Daerah untuk mempermudah masyarakat dalam hal pengesahan STNK, Pembayaran PKB, dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ) yang berada ditempat-tempat ramai seperti dipusat perbelanjaan dan supermarket. Layanan SAMSAT *corner* merupakan suatu inovasi yang baik untuk meningkatkan pelayanan terhadap wajib pajak, yang bertujuan untuk memberikan kemudahan masyarakat dalam bentuk pelayanan yang cepat, tepat, mudah, dan murah dalam rangka pembayaran pajak kendaraan yang oleh setiap pemilik kendaraan bermotor setiap tahun (Amri, 2015). *Theory of planned behavior* dikaitkan dengan penelitian ini maka teori ini dapat dinyatakan relevan, karena layanan SAMSAT *corner* terkait dengan *normative beliefs* merupakan fungsi dari harapan yang di persepsikan satu individu atau lebih untuk menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu untuk mematuhi mereka. Semakin baiknya Layanan SAMSAT *Corner*, semakin tinggi kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar Pajak Kendaraan Bermotor. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Dwipayana (2017) dan Wardani (2017) yang menunjukkan bahwa layanan SAMSAT *Corner* berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak.

H₁: Layanan SAMSAT *Corner* berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Kesadaran wajib pajak merupakan sebuah itikad baik seseorang untuk memenuhi kewajiban membayar pajak secara sukarela (Susilawati dan Budiarta, 2013). *Theory of planned behavior* dikaitkan dengan penelitian ini maka teori ini dapat dinyatakan relevan, karena kesadaran wajib pajak terkait dengan *Behavioral belief* relevan untuk menjelaskan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sebelum seseorang melakukan sesuatu, orang tersebut akan memiliki keyakinan mengenai hasil yang akan diperoleh dari perilakunya tersebut. Ketika seorang wajib pajak memiliki kesadaran, maka dalam hal membayar pajak akan dilakukan secara sukarela bukan karena keterpaksaan, dengan adanya kesadaran diharapkan wajib pajak memahami dan menyadari pentingnya peran pajak, dan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Hal ini didukung oleh

penelitian yang dilakukan oleh Suriambawa (2018), Putra (2018) dan Azzam (2015) menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak.

H₂: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya dari Ditjen Pajak untuk memberikan pengertian, informasi dan pembinaan kepada masyarakat dan wajib pajak mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan peraturan dan perundang-undangan perpajakan (Adiyati, 2009). *Theory of planned behavior* ini dikaitkan dengan penelitian ini maka teori ini dapat dinyatakan relevan, karena sosialisasi perpajakan terkait dengan *Normative belief* yang relevan untuk menjelaskan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. *Normative belief* merupakan keyakinan individu tentang harapan normative orang lain yang menjadi rujukannya dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut. Sosialisasi perpajakan yang baik diharapkan dapat meningkatkan pula kepatuhan wajib pajak tersebut dalam memenuhi kewajiban perpajakan yang sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Widnyani (2016), Dewi (2018) dan Andreas (2015) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak.

H₃: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Pelayanan dianggap berkualitas jika pelayanan tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan tetap dalam batas memenuhi standar pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan dan dilakukan secara terus-menerus (Supadmi, 2009). *Theory of planned behavior* ini dikaitkan dengan penelitian ini maka teori ini dapat dinyatakan relevan, karena kualitas pelayanan fiskus terkait dengan *normative beliefs* merupakan fungsi dari harapan yang di persepsikan satu individu atau lebih untuk menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu untuk mematuhi mereka. Pelayanan pajak yang berkualitas merupakan salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya (Febriyanti, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Barus (2016), Wuriantin (2015) dan Layata (2014) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut.

H₄: Kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti terletak di Kota Denpasar yaitu Kantor Bersama SAMSAT Denpasar yang berlokasi di Jalan Cok Agung Tresna No.1 Renon. Lokasi ini dipilih karena Kantor Bersama SAMSAT Denpasar merupakan perwakilan kantor SAMSAT di Kota Denpasar dan merupakan sarana yang digunakan oleh wajib pajak kendaraan bermotor untuk dapat memenuhi kewajiban perpajakannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar dan yang telah membayar pajak kendaraan bermotornya di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar yang berjumlah 751.682 (per 31 Desember 2017). Adapun yang menjadi kriteria responden dalam penelitian ini adalah responden yang merupakan wajib pajak kendaraan bermotor yang membayar pajak kendaraan bermotornya di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar per 31 Desember 2017.

Jumlah sampel dalam penelitian ini didapat berdasarkan perhitungan penentuan sampel dengan menggunakan rumus Slovin (Siregar, 2013:34), yaitu:

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

Keterangan:

n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah anggota populasi

E = Nilai Kritis (batas ketelitian 0,1)

Perhitungan sampel:

$$n = \frac{751.682}{(1+751.682(0,1)^2)}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Ukuran populasi (N) sebesar 751.682 dengan presentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir atau diinginkan (e) adalah 0,1. Melalui perhitungan menggunakan rumus *slovin*, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 (telah dibulatkan) sampel wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar.

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Model analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

Y = Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Layanan SAMSAT *Corner*

X_2 = Kesadaran Wajib Pajak

X_3 = Sosialisasi Perpajakan

X_4 = Kualitas Pelayanan

e = Standar error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul dari hasil penyebaran kuesioner sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan. Analisis ini digunakan untuk menjelaskan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum masing-masing variabel.

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Layanan SAMSAT Corner	100	21	35	29,740	4,019
Kesadaran Wajib Pajak	100	11	20	17,080	2,209
Sosialisasi Perpajakan	100	13	25	20,410	3,018
Kualitas Pelayanan	100	54	90	73,640	9,183
Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor	100	12	20	17,720	2,211

Sumber: Data Penelitian, 2019

Variabel layanan SAMSAT *corner* memiliki nilai minimum sebesar 21 dan nilai maksimum sebesar 35. Variabel layanan SAMSAT *corner* yang diukur dengan 7 item pernyataan dengan bantuan skala *likert* 5 poin memiliki nilai rata-rata sebesar 29,740. Apabila nilai rata-rata tersebut dibagi dengan 7 item pernyataan maka diperoleh hasil sebesar 4,24. Nilai rata-rata variabel layanan SAMSAT *corner* sebesar 4,24 berada pada kriteria sangat tinggi yaitu pada rentang nilai 4,20 - 5,00, maka dapat disimpulkan bahwa program layanan SAMSAT *corner* yang dicetuskan oleh Badan Pendapatan Daerah Provinsi Bali dengan Kantor Bersama SAMSAT Denpasar sudah dilaksanakan dengan baik. Nilai standar deviasi sebesar 4,019, hal ini berarti nilai standar deviasi lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-rata, yang artinya sebaran data terkait dengan layanan SAMSAT *corner* sudah merata.

Variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai minimum sebesar 11 dan nilai maksimum sebesar 20. Variabel kesadaran wajib pajak yang diukur dengan 4 item pernyataan dengan bantuan skala *likert* 5 poin memiliki nilai rata-rata sebesar 17,080. Apabila nilai rata-rata tersebut dibagi dengan 4 item pernyataan maka diperoleh hasil sebesar 4,27. Nilai rata-rata variabel kesadaran wajib pajak sebesar 4,27 berada pada kriteria sangat tinggi yaitu pada rentang nilai 4,20 - 5,00, maka dapat disimpulkan bahwa wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar sudah memiliki kesadaran yang tinggi dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Nilai standar deviasi sebesar 2,209, hal ini berarti nilai standar deviasi lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-rata, yang artinya sebaran data terkait dengan kesadaran wajib pajak sudah merata.

Variabel sosialisasi perpajakan memiliki nilai minimum sebesar 13 dan nilai maksimum sebesar 25. Variabel sosialisasi perpajakan yang diukur dengan 5 item pernyataan dengan bantuan skala *likert* 5 poin memiliki nilai rata-rata sebesar 20,410. Apabila nilai rata-rata tersebut dibagi dengan 5 item pernyataan maka diperoleh hasil sebesar 4,08.

Nilai rata-rata variabel sosialisasi perpajakan sebesar 4,08 berada pada kriteria tinggi yaitu pada rentang nilai 3,40 - 4,20, maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam hal perpajakan sudah baik. Nilai standar deviasi sebesar 3,018, hal ini berarti nilai standar deviasi lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-rata, yang artinya sebaran data terkait dengan sosialisasi perpajakan sudah merata.

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai minimum sebesar 54 dan nilai maksimum sebesar 90. Variabel sosialisasi perpajakan yang diukur dengan 18 item pernyataan dengan bantuan skala *likert* 5 poin memiliki nilai rata-rata sebesar 73,640. Apabila nilai rata-rata tersebut dibagi dengan 18 item pernyataan maka diperoleh hasil sebesar 4,09. Nilai rata-rata variabel kualitas pelayanan sebesar 4,09 berada pada kriteria tinggi yaitu pada rentang nilai 3,40 – 4,20, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Kantor Bersama SAMSAT Denpasar sudah terlaksana dengan baik. Nilai standar deviasi sebesar 9,183, hal ini berarti nilai standar deviasi lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-rata, yang artinya sebaran data terkait dengan kualitas pelayanan sudah merata.

Variabel kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor memiliki nilai minimum sebesar 12 dan nilai maksimum sebesar 20. Variabel kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang diukur dengan 4 item pernyataan dengan bantuan skala *likert* 5 poin memiliki nilai rata-rata sebesar 17,720. Apabila nilai rata-rata tersebut dibagi dengan 4 item pernyataan maka diperoleh hasil sebesar 4,43. Nilai rata-rata variabel kepatuhan wajib pajak sebesar 4,43 berada pada kriteria sangat tinggi yaitu pada rentang nilai 4,20 - 5,00, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar sudah memiliki kepatuhan yang sangat baik dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Nilai standar deviasi sebesar 2,211, hal ini berarti nilai standar deviasi lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-rata, yang artinya sebaran data terkait dengan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor sudah merata.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov Test (K-S)*. Residual dikatakan berdistribusi normal apabila *Asymp.sig (2-tailed) > 0,05*. Berikut ini disajikan hasil dari uji normalitas pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
Kolmogorov-Smirnov Z	0,917
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,370

Sumber: Data Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil uji Tabel 4. dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* diatas 0,05. Hasil uji normalitas ini menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal sehingga layak untuk diuji.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Jika nilai *VIF* ≥ 10 atau nilai *tolerance value* $\leq 0,10$ maka terjadi multikolinearitas, model regresi bebas dari multikolinieritas apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ atau nilai *VIF* < 10 . Berikut ini disajikan hasil dari uji multikolinearitas pada Tabel 5.

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 5. maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *tolerance* diatas 0,10 dan *VIF* dibawah 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Layanan SAMSAT <i>corner</i>	0,711	1,407
Kesadaran wajib pajak	0,620	1,612
Sosialisasi perpajakan	0,490	2,041
Kualitas Pelayanan	0,452	2,212

Sumber: Data Penelitian, 2019

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Pengujian ini menggunakan dengan uji *glejser*. Berikut ini disajikan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t	Sig.	Keterangan
Layanan SAMSAT <i>corner</i>	0,027	0,978	Bebas Heterokedastisitas
Kesadaran wajib pajak	-0,121	0,904	Bebas Heterokedastisitas
Sosialisasi perpajakan	0,255	0,800	Bebas Heterokedastisitas
Kualitas pelayanan	-0,288	0,774	Bebas Heterokedastisitas

Sumber: Data Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 6. menunjukkan bahwa hasil uji heterokedastisitas menunjukkan nilai signifikansi masing-masing variabel bebas lebih dari 0,05 yang berarti model regresi dalam penelitian ini bebas dari heterokedastisitas.

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh layanan SAMSAT *corner*, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Berikut ini disajikan hasil uji analisis regresi linear berganda pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,570	1,466		1,754	0,083
Layanan SAMSAT <i>Corner</i>	0,097	0,045	0,176	2,133	0,035
Kesadaran Wajib Pajak	0,272	0,088	0,272	3,080	0,003
Sosialisasi Perpajakan	0,156	0,073	0,213	2,143	0,035
Kualitas Pelayanan	0,060	0,025	0,251	2,423	0,017
R	0,736 ^a				
R Square	0,541				
<i>Adjusted Square</i>	0,522				
F hitung	27,993				
Sig.F	0,000 ^a				

Sumber: Data Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 7. dapat disusun persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,570 + 0,097X_1 + 0,272X_2 + 0,156X_3 + 0,060X_4$$

Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen yang dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* pada Tabel 7. Berdasarkan hasil uji pada tabel tersebut nilai dari *Adjusted R Square* adalah 0,522 yang berarti sebesar 52 persen

variansi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor mampu dijelaskan oleh variabel layanan SAMSAT *corner*, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan, sedangkan 48 persen sisanya dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Uji F ini bertujuan untuk melihat apakah semua variabel independen atau bebas yang dimaksud dalam model mempunyai pengaruh secara serempak atau simultan terhadap variabel dependen atau terikat. Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.10 dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 27,993 dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa pada kelompok yang diuji memiliki perbedaan yang nyata (signifikan). Hal ini berarti bahwa layanan SAMSAT *corner*, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar.

Tabel 7. menyatakan bahwa koefisien layanan SAMSAT *corner* bernilai positif 0,097 dengan nilai signifikansi sebesar 0,035 lebih kecil dari α 0,05. Hal ini berarti layanan SAMSAT *corner* berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 7. menyatakan bahwa koefisien kesadaran wajib pajak bernilai positif 0,272 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari α 0,05. Hal ini berarti kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor . Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Tabel 7. menyatakan bahwa koefisien sosialisasi perpajakan bernilai positif 0,156 dengan nilai signifikansi sebesar 0,035 lebih kecil dari α 0,05. Hal ini berarti sosialisasi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor . Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Tabel 7. menyatakan bahwa koefisien kualitas pelayanan bernilai positif 0,060 dengan nilai signifikansi sebesar 0,017 lebih kecil dari α 0,05. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan uji regresi linear berganda pada tabel 7. dapat diketahui bahwa nilai koefisien β_1 sebesar 0,097 dengan nilai signifikansi sebesar 0,035 yang lebih kecil dari nilai α yaitu 0,05. Hal ini berarti hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa layanan SAMSAT *corner* berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diterima.

Layanan SAMSAT *corner* ini merupakan suatu program inovasi dari pemerintah agar dapat memberikan pelayanan terbaik bagi wajib pajak kendaraan bermotor dalam membayar pajak kendaraan bermotornya. Layanan ini terbilang cukup unik dikarenakan berada di pusat perbelanjaan seperti mall-mall yang letaknya pun berada di pusat kota. Selain itu layanan SAMSAT *corner* ini beroperasi setiap hari, sehingga bagi wajib pajak yang tidak memiliki cukup waktu di hari biasa (Senin-Jum'at) karena bekerja maka dapat membayar di hari

Sabtu-Minggu. Maka dapat dinyatakan dengan adanya layanan SAMSAT *corner*, semakin tinggi pula kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar Pajak Kendaraan Bermotornya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dwipayana (2017) dan Wardani (2017) yang menyatakan bahwa layanan SAMSAT *corner* berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan uji regresi linear berganda pada tabel 7. dapat diketahui bahwa nilai koefisien β_2 sebesar 0,156 dengan nilai signifikansi sebesar 0,035 yang lebih kecil dari nilai α yaitu 0,05. Hal ini berarti, Hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diterima.

Kesadaran wajib pajak adalah sebuah keyakinan yang timbul dari diri sendiri untuk mematuhi dan memahami kewajibannya sebagai wajib pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku. *Theory of planned behavior* terkait dengan *behavioral belief* relevan untuk menjelaskan perilaku wajib pajak dalam membayar pajaknya. Sebelum melakukan sesuatu, orang tersebut akan memiliki keyakinan mengenai hasil yang akan diperoleh dari perilakunya tersebut. Masyarakat yang sadar akan kewajibannya, maka akan memiliki kesungguhan dan keyakinan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Kesadaran wajib pajak menjadi penting mengingat tingginya kontribusi pajak bagi negara yang digunakan untuk membiayai kepentingan negara. Maka dapat dinyatakan, semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka akan meningkatkan pula kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak.

Hasil penelitian ini didukung oleh *theory of planned behavior* dalam menjelaskan pengaruh kesadaran wajib pajak pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor serta hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suriambawa (2018), Putra (2018) dan Azzam (2015) yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan uji regresi linear berganda pada tabel 7. dapat diketahui bahwa nilai koefisien β_3 sebesar 0,272 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 yang lebih kecil dari nilai α yaitu 0,05. Hal ini berarti, hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diterima.

Sosialisasi perpajakan adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah yang ditujukan untuk masyarakat khususnya wajib pajak agar lebih mengerti dan memahami tentang perpajakan dan peraturan yang berlaku. *Theory of planned behavior* terkait dengan *normative belief* relevan dalam menjelaskan perilaku wajib pajak dalam membayar pajaknya. Keyakinan individu tentang harapan normative orang lain yang menjadi rujukannya dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut. Seseorang yang diharapkan dapat memenuhi sesuatu, maka orang tersebut memiliki keyakinan untuk dapat memenuhi harapan tersebut, dengan diberikannya sosialisasi tentang perpajakan ini diharapkan agar wajib pajak lebih menyadari dan memahami pentingnya

membayar pajak, jujur dalam pelaporan serta tepat waktu dalam membayar. Semakin baiknya sosialisasi terkait perpajakan maka akan dapat meningkatkan pula kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak.

Hasil penelitian ini didukung oleh *theory of planned behavior* dalam menjelaskan pengaruh sosialisasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor serta hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widnyani (2016), Dewi (2018) dan Andreas (2015) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan uji regresi linear berganda pada tabel 7. dapat diketahui bahwa nilai koefisien β_4 sebesar 0,060 dengan nilai signifikansi sebesar 0,017 yang lebih kecil dari nilai α yaitu 0,05. Hal ini berarti, hipotesis keempat dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diterima.

Kualitas pelayanan merupakan harapan pelanggan dengan apa yang akan diperolehnya atau perbandingan antara harapan pelanggan dengan apa yang mereka rasakan. *Theory of planned behavior* terkait dengan *normative belief* relevan dalam menjelaskan perilaku wajib pajak dalam membayar pajaknya. Seseorang yang diharapkan dapat memenuhi sesuatu, maka orang tersebut memiliki keyakinan untuk dapat memenuhi harapan tersebut. Seiring dengan upaya optimalisasi penerimaan pajak, fiskus harus memberikan kualitas pelayanan terbaik bagi pelanggannya (wajib pajak) mengingat kontribusi wajib pajak dalam hal membayar pajak dapat meningkatkan pendapatan negara. Maka dapat dinyatakan semakin baiknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak, dapat meningkatkan pula kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Hasil penelitian ini didukung oleh *theory of planned behavior* dalam menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor serta hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Barus (2016), Wurianti (2015) dan Layata (2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini dilakukan di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar. Hasil uji dalam penelitian ini ditemukan bahwa layanan SAMSAT *corner*, kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar, yang mampu untuk membuktikan secara empiris teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu *theory planned of behavior*. Teori ini menjelaskan tingkat kepatuhan wajib pajak dimana dipengaruhi oleh niat yang dimiliki wajib pajak itu sendiri.

Penelitian ini memberikan implikasi bagi Kantor Bersama SAMSAT Denpasar sebagai tambahan pengetahuan mengenai kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini sebagai motivasi bagi Kantor Bersama SAMSAT Denpasar untuk dapat meningkatkan sarana dan prasarana yang ada, serta mengembangkan dan berinovasi dalam bentuk program-program baru guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

SIMPULAN

Layanan SAMSAT *corner* berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar. Layanan SAMSAT *corner* yang baik, dapat meningkatkan kepatuhan wajib kendaraan bermotor dalam membayar pajaknya. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar. Tingginya kesadaran dalam membayar pajak, berdampak pula pada meningkatnya kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar. Sosialisasi perpajakan yang diadakan oleh pemerintah dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang terdaftar di Kantor Bersama SAMSAT Denpasar. Kualitas pelayanan yang baik, berdampak juga pada semakin meningkatnya kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajaknya. Badan Pendapatan Daerah Provinsi Bali diharapkan dapat menambah layanan SAMSAT *corner* di beberapa titik di Kota Denpasar. Pemerintah diharapkan dapat mengeluarkan kembali program inovasi dalam hal membayar pajak selain layanan SAMSAT *corner*.

REFERENSI

- Adiyati, T. (2009). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada KPP Pratama Jakarta Kebayoran Lama. *Journal UPN Veteran Jakarta*.
- Alabede, J. O., Ariffin, Z. Z., & Idris, K. (2011). Individual taxpayers' attitude and compliance behaviour in Nigeria: The moderating role of financial condition and risk preference. *Journal of Accounting and Taxation*. <https://doi.org/10.22164/isea.v5i1.54>
- Amri, P. (2015). Implementasi Pelayanan Samsat Corner dalam Rangka Meningkatkan Pelayanan Pajak. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Kebijakan Publik Magister Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Andreas, & Savitri, E. (2015). The Effect of Tax Socialization, Tax Knowledge, Expediency of Tax ID Number and Service Quality on Taxpayers Compliance with Taxpayers Awareness as Mediating Variables. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 163-169. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.024>
- Azzam, U., & Zen, T. S. (2015). The effect of good perception of the effectiveness online system pays tax, willingness, and awareness pay tax to compliance taxpayers (case studies KPP Pratama Bandung Karees). *Journal of Business and Management*, 4(9), 1059-1065.
- Barus, S. A. H. (2016). Pengaruh Akses Pajak, Fasilitas, Sosialisasi Perpajakan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jom. Fekon*, 3(1), 295-309.
- Cahyadi, I. M. W., & Jati, I. ketut. (2016). Pengaruh Kesadaran, Sosialisasi, Akuntabilitas Pelayanan Publik, dan Sanksi Perpajakan pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*,

- 16, 2342–2373.
- Chau, G., & Leung, P. (2009). A critical review of Fischer's tax compliance model: A research synthesis. *International Accounting, Auditing and Taxation*.
<https://doi.org/10.5897/JAT09.021>
- Davis, J. S., Hecht, G., & Perkins, J. D. (2003). Social behaviors, enforcement, and tax compliance dynamics. *Accounting Review*.
<https://doi.org/10.2308/accr.2003.78.1.39>
- Dewi, N. K. A. P., & Jati, I. K. (2018). Pengaruh Sosialisasi, Kualitas Pelayanan, Sanksi dan Biaya Kepatuhan Pada Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 25, 1–30.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v25.i01.p01>
- Dwipayana, I. M. H., Eka, P., Marvilianti, D., & Yasa, I. I. N. P. (2017). Pengaruh Program SAMSAT Corner, SAMSAT Keliling dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) (Studi Empiris Pada Kantor Bersama Sistem Administrasi Manunggal di Bawah Satu Atap (SAMSAT) Denpasar). *E-Jurnal S1 AK Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(2).
- Febriyanti, A. A. I. I., & Setiawan, P. E. (2017). Analisis Aspek-aspek Wajib Pajak Sebagai Antecedent Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Gianyar. 21, 996–1025. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v21.i02.p05>
- Fitranti, P. D., Rochmah, S., & Hanafi, I. (2009). Pelaksanaan Program Inovasi SAMSAT Corner (Studi pada SAMSAT Corner Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP) Universitas Brawijaya, Malang*, 2(2), 374–380.
- Gustiari, L. A., & Suprasto, H. B. (2018). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kewajiban Moral dan Kualitas Pelayanan pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24, 606–632. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i01.p23>
- Hanousek, J., & Palda, F. (2004). Quality of government services and the civic duty to pay taxes in the Czech and Slovak Republics, and other transition countries. *Kyklos*. <https://doi.org/10.1111/j.0023-5962.2004.00252.x>
- James, S., & Alley, C. (2004). Tax compliance, self-assessment and tax administration. *Journal of Finance and Management in Public Services*.
<https://doi.org/10.1080/07421656.2011.599719>
- Layata, S., & Setiawan, P. E. (2014). Pengaruh kewajiban moral, kualitas pelayanan, pemeriksaan pajak dan sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak badan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 9(2), 540–556.
- Marti, L.O., Wanjohi, M.S., Magutu, P.O. & Mokoro, J. M. (2010). Taxpayers' attitudes and tax compliance behaviour in Kenya: How the taxpayers' attitudes influence compliance behavior among SMEs business income earners in Kerugoya Town, Kirinyaga District. *African Journal of Business Management*, 1, 112–122.
- Noviantari, P., & Setiawan, P. E. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Pemahaman, Persepsi Sanksi Perpajakan, dan Lingkungan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22, 1711–1740. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v22.i03.p03>
- Putra, I. G. A. S. M., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten

- Gianyar. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(1), 461-488. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i01.p18>
- Rusmayani, N. M. L., & Supadmi, N. L. (2017). Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan, Sanksi Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.20, No(ISSN: 2302-8556), 173-201.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Perhitungan Manual & SPSS. Edisi 1. Jakarta: Prenadamedia Group. Jakarta: Prenadamedia Group.*
- Supadmi, N. L. (2009). Meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui kualitas pelayanan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 1-14. Retrieved from <http://ojs.unud.ac.id/index.php/jiab/article/view/2598/1809>
- Suriambawa, A., & Setiawan, P. E. (2018). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan WPOP. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 25(3), 2185-2211. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v25.i03.p21>
- Susilawati, K. E., & Budiarta, K. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajak, dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(2), 345-357. <https://doi.org/ISSN: 2302-8556>
- Torgler, B., & Schaltegger, C. A. (2005). Tax Morale and Fiscal Policy. In *Working Paper Series*.
- Wardani, D. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak , Kesadaran Wajib Pajak , dan Program SAMSAT Corner Terhadap Kepatuhan. *Jurnal Akuntansi Dewantara UST*, 1(2), 1-11. <https://doi.org/e-ISSN: 2549-9637>
- Widnyani, I. A. D., & Suardana, K. A. (2016). Pengaruh Sosialisasi, Sanksi dan Persepsi Akuntabilitas terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Wurianti, E. L. E., & Subardjo, A. (2015). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Di Wilayah KPP Pratama. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, Vol. 4(No. 6), Hal. 1-15.