

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Lingkungan Sosial sebagai Variabel Moderasi

Malinda Chidi Pratama^{1*}, Linawati²

^{1,2}Program Studi Akuntansi Perpajakan, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

¹malindachidi1717@gmail.com, ²elin.linawati79@gmail.com

*Corresponding Author

Diajukan : 28/05/2026

Disetujui : 26/06/2026

Dipublikasi : 30/06/2026

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi dengan lingkungan sosial sebagai variabel moderasi pada KPP Pratama Tigaraksa. Penelitian menggunakan metode kuantitatif melalui survei terhadap 100 Wajib Pajak Orang Pribadi yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus, dan sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Nilai Adjusted R² sebesar 0,771 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 77,1% variasi kepatuhan wajib pajak. Namun, lingkungan sosial tidak mampu memoderasi hubungan antara ketiga variabel tersebut dengan kepatuhan wajib pajak. Temuan ini menunjukkan pentingnya optimalisasi sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan fiskus, dan penerapan sanksi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

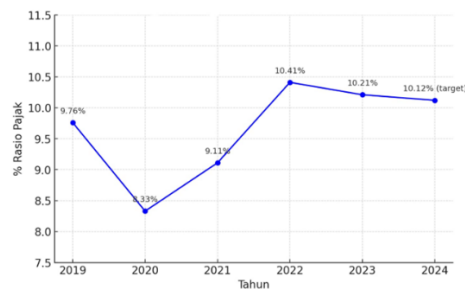
Kata Kunci: Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, Lingkungan Sosial, Pelayanan Fiskus, Sanksi Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan

1. Pendahuluan

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2022 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, pajak merupakan kontribusi wajib yang bersifat memaksa dan digunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Keberhasilan penerimaan pajak dapat diukur melalui *tax ratio*, yaitu rasio yang menggambarkan proporsi penerimaan pajak terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta mencerminkan efektivitas pemerintah dalam melaksanakan pemungutan pajak. Semakin tinggi *tax ratio*, semakin besar kontribusi pajak terhadap perekonomian. Namun, *tax ratio* Indonesia masih tergolong rendah sehingga menjadi fenomena yang menarik dalam konteks pertumbuhan ekonomi dan perpajakan. Untuk menggambarkan kondisi tersebut, berikut disajikan data *tax ratio* Indonesia tahun 2019–2024.

Berdasarkan data *tax Ratio* tahun 2019-2024, rasio pajak cenderung berfluktuasi dengan tren yang relatif rendah. *Tax Ratio* sebesar 9,76% pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 8,33% pada tahun 2020 akibat pandemi covid-19. Selanjutnya, *tax ratio* meningkat menjadi 9,11% pada tahun 2023. Meskipun mengalami perbaikan pasca pandemi, capaian *tax Ratio* masih tergolong rendah dibandingkan negara ASEAN lainnya. Berdasarkan data The World Bank, *tax Ratio* Filipina mencapai 14,6%, Thailand 17,8% dan

Vietnam 16,21% pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa posisi *tax Ratio* masih tertinggal dibandingkan rata-rata negara ASEAN.



Gambar 1. Data Rasio Pajak Tahun 2019-2024

Sumber: Kementerian Keuangan

Rendahnya *tax ratio* tidak terlepas dari tingkat kepatuhan wajib pajak yang belum optimal. Dalam sistem *self assessment system*, kepatuhan wajib pajak menjadi faktor penting karena wajib pajak diberi kepercayaan untuk menghitung, membayar, dan melaporkan kewajiban perpajakannya secara mandiri. Fenomena tersebut juga menjadi perhatian di KPP Pratama Tigaraksa yang pada tahun 2024 memiliki 807.865 wajib pajak terdaftar, terdiri atas 754.725 Wajib Pajak Orang Pribadi dan 53.140 Wajib Pajak Badan. Jumlah Wajib Pajak Orang Pribadi yang besar menunjukkan pentingnya upaya peningkatan kepatuhan wajib pajak. Salah satu faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah sosialisasi perpajakan. Sosialisasi perpajakan merupakan upaya pemberian informasi dan edukasi kepada wajib pajak untuk meningkatkan pengetahuan serta kesadaran dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Penelitian Nabila (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan penelitian Prastyatini (2023) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Perbedaan hasil penelitian tersebut diduga disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, tingkat pemahaman perpajakan, dan wilayah penelitian sehingga diperlukan pengujian kembali pada objek penelitian yang berbeda.

Selain sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus juga menjadi faktor yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Pelayanan fiskus merupakan pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak kepada wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Pelayanan yang baik dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan sehingga mendorong wajib pajak untuk lebih patuh. Penelitian Anggraini (2021) menunjukkan bahwa pelayanan fiskus berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan penelitian Hadi (2022) memperoleh hasil yang berbeda. Inkonsistensi hasil tersebut diduga dipengaruhi oleh perbedaan kualitas pelayanan yang diterima wajib pajak serta karakteristik responden pada masing-masing penelitian.

Faktor lain yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah sanksi perpajakan. Sanksi perpajakan bertujuan memberikan efek jera agar wajib pajak mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku. Penelitian Nabila (2021) menunjukkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan penelitian Komala (2023) menunjukkan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Perbedaan hasil tersebut diduga disebabkan oleh perbedaan persepsi wajib pajak terhadap penerapan sanksi serta tingkat kesadaran perpajakan yang dimiliki.

Selain faktor-faktor tersebut, lingkungan sosial juga memiliki peran dalam membentuk perilaku kepatuhan wajib pajak. Lingkungan sosial yang meliputi keluarga, teman, rekan kerja, maupun masyarakat sekitar dapat memengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam

melaksanakan kewajiban perpajakan. Penelitian Dewi (2020) menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan penelitian Komala (2023) menunjukkan bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial terhadap kepatuhan wajib pajak masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya peningkatan kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam mendukung optimalisasi penerimaan negara. Selain itu, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten, yang diduga dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik responden, wilayah penelitian, dan kondisi lingkungan sosial. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan Lingkungan Sosial sebagai variabel moderasi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Tigaraksa sehingga diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang lebih spesifik dan menjadi masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi serta menguji kemampuan lingkungan sosial dalam memoderasi hubungan antara sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada KPP Pratama Tigaraksa.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat berperilaku yang dibentuk oleh sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam konteks perpajakan, teori ini digunakan sebagai *grand theory* untuk menjelaskan perilaku kepatuhan wajib pajak. Sikap wajib pajak terhadap pentingnya membayar pajak, pengaruh lingkungan sosial, serta persepsi kemudahan dalam memenuhi kewajiban perpajakan dapat memengaruhi perilaku kepatuhan wajib pajak.

2.2 Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan kondisi ketika wajib pajak melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kepatuhan wajib pajak mencerminkan kesediaan wajib pajak untuk mendaftarkan diri, menghitung, membayar, dan melaporkan pajak secara benar, lengkap, dan tepat waktu. Tingkat kepatuhan wajib pajak menjadi salah satu indikator penting dalam keberhasilan penerimaan pajak karena semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak, maka semakin optimal pula penerimaan negara dari sektor perpajakan.

2.3 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya yang dilakukan Direktorat Jenderal Pajak untuk memberikan informasi, pemahaman, dan edukasi kepada wajib pajak mengenai hak dan kewajiban perpajakannya. Sosialisasi yang dilakukan secara efektif dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran wajib pajak sehingga mendorong terbentuknya perilaku patuh terhadap ketentuan perpajakan.

2.4 Pelayanan Fiskus

Pelayanan fiskus merupakan pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak kepada wajib pajak dalam memenuhi hak dan kewajiban perpajakannya. Pelayanan yang baik dapat memberikan kemudahan, kenyamanan, dan kepastian kepada wajib pajak dalam

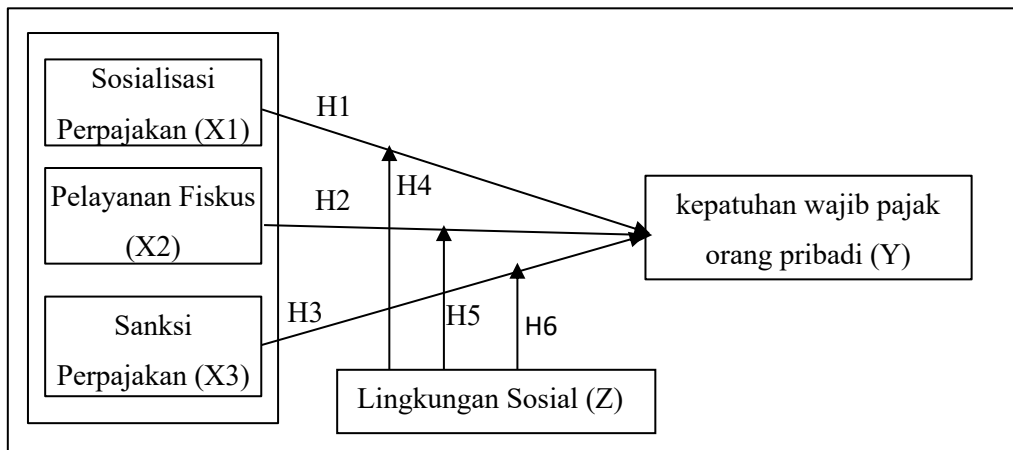
melaksanakan kewajiban perpajakan sehingga mendorong terciptanya kepatuhan wajib pajak.

2.5 Sanksi Perpajakan

Sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perpajakan akan dipatuhi oleh wajib pajak. Penerapan sanksi perpajakan bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran perpajakan dan meningkatkan kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

2.6 Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial merupakan lingkungan yang terdiri atas keluarga, teman, dan masyarakat yang dapat memengaruhi perilaku seseorang. Dalam Theory of Planned Behavior, lingkungan sosial berkaitan dengan subjective norms yang memengaruhi niat individu dalam melakukan suatu tindakan. Lingkungan sosial yang mendukung perilaku taat pajak dapat mendorong meningkatnya kepatuhan wajib pajak orang pribadi.



Gambar 2. Kerangka Penelitian

2.7 Pengembangan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh Sosialisasi Perapajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Sosialisasi perpajakan yang efektif dapat meningkatkan pemahaman wajib pajak mengenai hak dan kewajiban perpajakan sehingga mendorong terbentuknya sikap positif terhadap kepatuhan. Menurut *Theory of Planned Behavior*, sikap positif tersebut akan memengaruhi perilaku individu dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Hasil penelitian Nofenlis et al. (2022), Anggraini (2021), Nabila (2021), dan Rusady (2020) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, meskipun Prastyatini (2023) serta Nelly dan Wangdra (2024) memperoleh hasil yang berbeda. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

2.7.2 Pengaruh Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Pelayanan fiskus yang baik dapat membantu wajib pajak dalam memenuhi kewajiban. Pelayanan fiskus yang baik dapat memberikan kemudahan bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sehingga meningkatkan kepatuhan. Menurut *Theory of Planned Behavior*, persepsi kemudahan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan dapat memengaruhi perilaku individu. Penelitian Anggraini (2021) menunjukkan bahwa pelayanan fiskus berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan Hadi (2022)

menemukan hasil yang berbeda. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H2 : Pelayanan Fiskus berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi

2.7.3 Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Sanksi perpajakan merupakan instrumen yang digunakan untuk mencegah terjadinya pelanggaran perpajakan. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa sikap individu terhadap konsekuensi dari suatu tindakan dapat memengaruhi perilaku yang dilakukan. Penerapan sanksi perpajakan yang tegas dapat membentuk persepsi bahwa pelanggaran terhadap peraturan perpajakan akan menimbulkan konsekuensi tertentu, sehingga mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Penelitian terdahulu mengenai sanksi perpajakan dilakukan oleh Nabila (2021) dan Anastasia (2022) hasil penelitian menyimpulkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Sedangkan penelitian oleh Komala (2023) dan Rusady (2020) Sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan teori yang relevan, uraian dan dukungan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3 : Sanksi perpajakan Berpengaruh terhadap Kepatuhan wajib pajak orang Pribadi.

2.7.4 Pengaruh Lingkungan Sosial Dalam Memoderasi Hubungan sosialisasi perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Lingkungan sosial merupakan faktor yang dapat memengaruhi perilaku individu melalui dukungan dari keluarga, teman, maupun masyarakat. Menurut *Theory of Planned Behavior*, sosialisasi perpajakan membentuk sikap positif (*attitude toward behavior*) terhadap kepatuhan pajak, sedangkan lingkungan sosial berperan sebagai *subjective norms* yang dapat memperkuat pengaruh sosialisasi tersebut. Dengan adanya lingkungan yang mendukung perilaku taat pajak, efektivitas sosialisasi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak diperkirakan akan semakin tinggi. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H4: Lingkungan Sosial memoderasi hubungan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

2.7.5 Pengaruh Lingkungan Soaial Dalam Memoderasi Hubungan Pelayanan Fiskus Tehadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Pelayanan fiskus yang baik dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Namun, efektivitas pelayanan tersebut dapat semakin meningkat apabila didukung oleh lingkungan sosial yang mendorong perilaku taat pajak. Menurut *Theory of Planned Behavior*, pelayanan fiskus berkaitan dengan *perceived behavioral control*, sedangkan lingkungan sosial berperan sebagai *subjective norms* yang dapat memengaruhi perilaku individu. Dengan adanya dukungan lingkungan yang positif, pengaruh pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak diperkirakan akan semakin kuat. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H5: Lingkungan Sosial memoderasi hubungan Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

2.7.6 Pengaruh Lingkungan Sosial Dalam Memoderasi Hubungan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan wajib Pajak Orang Pribadi

Sanksi perpajakan diterapkan untuk mendorong wajib pajak agar mematuhi ketentuan perpajakan yang berlaku. Pengaruh sanksi tersebut diperkirakan akan semakin efektif apabila didukung oleh lingkungan sosial yang memiliki kesadaran dan perilaku taat pajak. Menurut *Theory of Planned Behavior*, perilaku individu dipengaruhi oleh norma subjektif yang berasal dari lingkungan sekitar. Lingkungan sosial yang mendukung kepatuhan pajak

diperkirakan dapat memperkuat pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H6: Lingkungan Sosial memoderasi hubungan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Lingkungan Sosial sebagai variabel moderasi. Metode kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran empiris secara sistematis mengenai hubungan antar variabel penelitian. Desain penelitian menggunakan metode survei dengan instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator variabel dari teori dan penelitian terdahulu. Subjek atau populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Tigaraksa dengan jumlah populasi sebanyak 754.725 wajib pajak berdasarkan data LAKIN KPP Pratama Tigaraksa tahun 2024. Objek penelitian meliputi Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Lingkungan Sosial sebagai variabel moderasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden telah terdaftar di KPP Pratama Tigaraksa dan menjalankan kewajiban perpajakan. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin. Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{754.725}{1 + 754.725(0,1)^2}$$
$$n = 99,97$$

Karena hasilnya 99,97 dan untuk mendapatkan data yang lebih representatif, maka penulis membulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden.

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (754.725 orang)

e = Batas toleransi kesalahan (0,1 atau 10%)

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 754.725 Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Tigaraksa. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (e) sebesar 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Penggunaan tingkat kesalahan 10% dipertimbangkan karena populasi penelitian sangat besar serta keterbatasan waktu, biaya, dan akses dalam memperoleh responden. Tingkat kesalahan tersebut masih dapat digunakan dalam penelitian sosial untuk memperoleh gambaran umum mengenai karakteristik populasi. Penelitian dilakukan di wilayah kerja KPP Pratama Tigaraksa pada periode Maret 2026. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Pengukuran data menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 sampai 5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap variabel penelitian.

Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 31, yang mencakup uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kelayakan instrumen, uji asumsi klasik yang terdiri

dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, serta analisis regresi linier berganda untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selanjutnya, dilakukan juga uji koefisien determinasi (R^2), uji F (simultan) dan uji t (parsial) untuk menguji signifikansi model. Pengujian variabel moderasi dilakukan menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA) melalui pembentukan variabel interaksi $X1Z$, $X2Z$, dan $X3Z$ yang selanjutnya dimasukkan ke dalam model regresi untuk menguji peran Lingkungan Sosial dalam memoderasi hubungan antara variabel independen dengan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

Tabel 1. Indikator Pengukuran Variabel

Variabel	Konsep Teoritis / Definisi	Indikator Empiris	Sumber
Sosialisasi Perpajakan (X1)	Upaya DJP memberikan informasi dan pemahaman perpajakan kepada wajib pajak.	1. Peraturan perpajakan 2. Media 3. Penyuluhan dan seminar 4. Informasi langsung	Pedricco (2018) Wulandari et,al (2026)
Pelayanan Fiskus (X2)	Pelayanan yang diberikan petugas pajak untuk membantu wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan.	1. Dapat dilihat 2. Dapat diandalkan 3. Cepat Responsif 4. Kepastian yang Jelas 5. Kepedulian	(Rianty & Syahputepa, 2020)
Sanksi Perpajakan (X3)	Sanksi perpajakan merupakan alat pencegahan agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan.	1. Sanksi keterlambatan 2. Penerapan sanksi 3. Sanksi meningkatkan kepatuhan 4. Penghapusan sanksi meningkatkan kepatuhan	(Mulyati & Ismanto, 2021)
Kepatuhan wajib pajak orang Pribadi (Y)	Kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai peraturan yang berlaku	1. Pendaftaran NPWP 2. Pelaporan SPT tepat waktu 3. Perhitungan dan pembayaran pajak 4. Pembayaran tunggakan pajak	Erica (2021)
Lingkungan Sosial (Z)	Lingkungan sosial merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari manusia sebagai makhluk sosial yang akan selalu saling bergantung satu sama lain dan juga mempedulikan keberadaan orang lain.	1. Lingkungan mendukung perilaku patuh terhadap pajak 2. Lingkungan mendorong untuk melaporkan pajak dengan benar tanpa mengurangi beban pajak 3. Teman dan keluarga taat membayar pajak 4. Sosialisasi pajak di lingkungan	Anggraeni (2017)

4. Hasil dan Diskusi

4.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan 100 responden Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Tigaraksa. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 75%, sedangkan laki-laki sebesar 25%. Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 17–25 tahun (70%). Dari sisi pendidikan, mayoritas responden merupakan lulusan S1 (47%), diikuti lulusan SMA (41%). Berdasarkan status pekerjaan, responden didominasi oleh kategori pekerjaan lainnya sebesar 40%, sedangkan freelance dan wirausaha masing-masing sebesar 23%. Seluruh responden (100%) telah memiliki NPWP dan terdaftar pada KPP Pratama Tigaraksa. Berdasarkan lama kepemilikan NPWP, mayoritas responden telah memiliki NPWP selama 1–3 tahun (41%), yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden relatif baru dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Uji Statistika Deskriptif

Untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian, dilakukan uji statistik deskriptif terhadap seluruh variabel penelitian. Adapun hasil uji statistik deskriptif disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Statistika Deskriptif

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sosialisasi Perpajakan	9	25	21.60	2.659
Pelayanan Fiskus	11	25	21.73	2.411
Sanksi Perpajakan	10	25	21.97	2.311
Kepatuhan WPOP	15	25	22.30	1.617
Lingkungan Sosial	9	25	21.68	2.554

Berdasarkan Tabel 1, Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel penelitian memiliki nilai rata-rata yang relative tinggi dan mendekati nilai maksimum. Variable Sosialisasi Perpajakan memiliki nilai mean sebesar 21,60, Pelayanan Fiskus sebesar 21,73, Sanksi Perpajakan sebesar 21,97, Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi sebesar 22,30 dan Lingkungan Sosial sebesar 21,68. Selain itu, nilai standar deviasi pada seluruh variabel relative kecil, sehingga menunjukkan data cenderung homogen dan persepsi responden terhadap setiap variabel penelitian tergolong baik.

4.2.2 Uji Kualitas Data

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel sebesar 0,196 pada taraf signifikansi 5%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Sosialisasi Perpajakan ($X1.1=0,677$, $X1.2=0,604$, $X1.3=0,569$, $X1.4=0,541$, $X1.5=0,415$), Pelayanan Fiskus ($X2.1=0,479$, $X2.2=0,428$, $X2.3=0,475$, $X2.4=0,491$, $X2.5=0,537$), Sanksi Perpajakan ($X3.1=0,628$, $X3.2=0,531$, $X3.3=0,524$, $X3.4=0,604$, $X3.5=0,514$), Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi ($Y.1=0,434$, $Y.2=0,572$, $Y.3=0,644$, $Y.4=0,466$, $Y.5=0,454$) dan Lingkungan Sosial ($Z.1=0,561$, $Z.2=0,537$, $Z.3=0,492$, $Z.4=0,463$, $Z.5=0,661$) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,196) dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2018). Hasil uji reliabilitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Sosialisasi Perpajakan	0,783	Realibel
Pelayanan Fiskus	0,722	Realibel
Sanksi Perpajakan	0,780	Realibel
Kepatuhan wajib pajak Orang Pribadi	0,747	Realibel
Lingkungan Sosial	0,770	Realibel

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu Sosialisasi Perpajakan sebesar 0,783, Pelayanan Fiskus 0,722, Sanksi Perpajakan 0,780, Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi 0,747, dan Lingkungan Sosial 0,770. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov Test. Hasil uji normalitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Keterangan	Nilai
N	100
Test Statistic	0.065
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200

Berdasarkan uji normalitas menggunakan *kolmogrov-Smirnov* Test pada tabel 4.5, diperoleh nilai statistik sebesar 0,065 dengan nilai *Asymp.sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, data Populasi dikatakan normal jika koefisien *Asymp.sig.(2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Hasil uji multikolinearitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji multikolinearitas

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	VIF
	8.053	0.799	-	10.081	0.000	-
Sosialisasi Perpajakan	0.116	0.052	0.191	2.234	0.028	3.154
Pelayanan Fiskus	0.113	0.052	0.169	2.155	0.034	2.639
Sanksi Perpajakan	0.422	0.050	0.604	8.518	0.000	2.169

Berdasarkan tabel 5, Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Dengan demikian, model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan Uji Glejser dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel independen. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji heteroskedastisitas

Variabel	B	t	Sig.
	0.971	1.677	0.097
Sosialisasi Perpajakan	0.023	0.599	0.551
Pelayanan Fiskus	0.005	0.139	0.890
Sanksi Perpajakan	-0.035	-0.968	0.335

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas sehingga memenuhi asumsi homoskedastisitas.

4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Berikut hasil analisis regresi linear berganda:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t	Sig.
	8.053	10.081	0.000
Sosialisasi Perpajakan	0.116	2.234	0.028
Pelayanan Fiskus	0.113	2.155	0.034
Sanksi Perpajakan	0.422	8.518	0.000

Sumber: Data diolah Peneliti menggunakan SPSS 31

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,053 + 0,116X_1 + 0,113X_2 + 0,422X_3$$

Persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 8,053 mengindikasikan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi bernilai 8,053 apabila Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan bernilai nol. Koefisien Sosialisasi Perpajakan (0,116), Pelayanan Fiskus (0,113), dan Sanksi Perpajakan (0,422) bernilai positif, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada masing-masing variabel akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan asumsi variabel lainnya konstan.

4.3 Uji Hipotesis

4.3.1 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Uji koefisien determinasi (Adjusted R²) dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil uji koefisien sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of
1	.882 ^a	0,778	0,771	0,774

Berdasarkan Tabel 8, nilai Adjusted R Square sebesar 0,771. Hasil ini menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan mampu menjelaskan 77,1% variasi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, sedangkan sisanya sebesar 22,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

4.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

Model	F	Sig.
1 Regression	111.931	<,001 ^b

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh nilai F sebesar 111,931 dengan tingkat signifikansi < 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

4.3.3 Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t disajikan sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil uji Hasil Uji F (Simultan)

	t	Sig.
Sosialisasi_Perpajakan	2,234	0,028
Pelayanan_Fiskus	2,155	0,034
Sanksi_Perpajakan	8,518	<,001

Berdasarkan Tabel 10, variabel Sosialisasi Perpajakan memiliki nilai signifikansi 0,028, Pelayanan Fiskus sebesar 0,034, dan Sanksi Perpajakan < 0,001. Seluruh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

4.3.4 Uji MRA

Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk menguji kemampuan Lingkungan Sosial dalam memoderasi hubungan antara Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Hasil pengujian MRA disajikan sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil uji *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Variabel	B	t	Sig.
	6.411	5.853	0.000
Sosialisasi Perpajakan	0.232	3.095	0.003
Pelayanan Fiskus	0.106	1.641	0.104
Sanksi Perpajakan	0.404	5.918	0.000
Lingkungan Sosial	-0.018	-0.310	0.757
X1Z	0.019	1.470	0.145
X2Z	0.005	0.431	0.667
X3Z	-0.010	-0.715	0.477

Berdasarkan Tabel 11, diperoleh persamaan regresi moderasi sebagai berikut:

$$Y = 6,411 + 0,232X_1 + 0,106X_2 + 0,404X_3 - 0,018Z + 0,019(X_1 \times Z) + 0,005(X_2 \times Z) - 0,010(X_3 \times Z)$$

Nilai konstanta sebesar 6,411 menunjukkan bahwa Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi bernilai 6,411 ketika seluruh variabel independen dan moderasi bernilai nol. Koefisien Sosialisasi Perpajakan (0,232), Pelayanan Fiskus (0,106), dan Sanksi Perpajakan (0,404) menunjukkan hubungan positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Sementara itu, Lingkungan Sosial memiliki koefisien sebesar -0,018 yang menunjukkan hubungan negatif namun tidak signifikan. Koefisien interaksi $X_1 \times Z$ (0,019), $X_2 \times Z$ (0,005), dan $X_3 \times Z$ (-0,010) memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga Lingkungan Sosial tidak mampu memoderasi hubungan antara Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

Hasil pengujian menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,779, yang berarti 77,9% variasi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dapat dijelaskan oleh model penelitian, sedangkan 22,1% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Selain itu, nilai F hitung sebesar 50,724 dengan signifikansi < 0,001 menunjukkan bahwa model regresi moderasi layak dan signifikan. Hasil uji t pada model MRA menunjukkan bahwa seluruh variabel interaksi memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga Lingkungan Sosial tidak mampu memoderasi hubungan antara Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

4.4 Diskusi

4.4.1 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Hasil analisis menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi, sehingga H1 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pelaksanaan sosialisasi perpajakan, semakin tinggi

tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), sosialisasi perpajakan dapat meningkatkan pemahaman wajib pajak mengenai hak dan kewajiban perpajakan sehingga membentuk sikap positif (*attitude toward behavior*) terhadap kepatuhan pajak. Pemahaman yang baik akan mendorong wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya secara sukarela. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nofenlis et al. (2022), Anggraini (2021), Nabila (2021), dan Rusady (2020) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Prastyatini (2023) serta Nelly dan Wangdra (2024) yang menemukan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

4.4.1 Pengaruh Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelayanan Fiskus berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, sehingga H2 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak, maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), pelayanan fiskus berkaitan dengan *perceived behavioral control*, yaitu persepsi wajib pajak mengenai kemudahan dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Pelayanan yang cepat, jelas, dan mudah dipahami dapat meningkatkan keyakinan wajib pajak bahwa kewajiban perpajakan dapat dilaksanakan dengan baik sehingga mendorong perilaku patuh. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Anggraini (2021) yang menyatakan bahwa pelayanan fiskus berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Hadi (2022) yang menemukan bahwa pelayanan fiskus tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Perbedaan hasil tersebut diduga disebabkan oleh perbedaan kualitas pelayanan yang diterima wajib pajak serta karakteristik responden pada masing-masing penelitian.

4.4.2 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sanksi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, sehingga H3 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan sanksi yang tegas dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), perilaku individu dipengaruhi oleh sikap terhadap konsekuensi yang akan diterima. Adanya sanksi perpajakan membentuk persepsi bahwa pelanggaran pajak akan menimbulkan konsekuensi yang merugikan, sehingga wajib pajak cenderung memilih untuk patuh terhadap ketentuan perpajakan yang berlaku. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nabila (2021) dan Anastasia (2022) yang menyatakan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, hasil tersebut berbeda dengan penelitian Komala (2023) dan Rusady (2020) yang menemukan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Perbedaan hasil penelitian tersebut diduga dipengaruhi oleh perbedaan persepsi wajib pajak terhadap penerapan sanksi perpajakan.

4.3.4 Pengaruh Lingkungan Sosial dalam Memoderasi Hubungan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Sosial tidak mampu memoderasi hubungan antara Sosialisasi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, sehingga H4 ditolak. Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), lingkungan sosial

merupakan bagian dari *subjective norms* yang dapat memengaruhi perilaku individu. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas sosialisasi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan lebih dipengaruhi oleh pemahaman dan kesadaran wajib pajak secara individu dibandingkan oleh dorongan lingkungan sosial. Dengan demikian, informasi perpajakan yang diperoleh wajib pajak tetap dapat meningkatkan kepatuhan meskipun tidak didukung oleh lingkungan sosial yang kuat. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan wajib pajak untuk patuh lebih didasarkan pada faktor internal dibandingkan pengaruh sosial dari lingkungan sekitarnya.

4.3.5 Pengaruh Lingkungan Sosial dalam Memoderasi Hubungan Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Sosial tidak mampu memoderasi hubungan antara Pelayanan Fiskus dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, sehingga H5 ditolak. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), pelayanan fiskus berkaitan dengan *perceived behavioral control*, sedangkan lingkungan sosial berkaitan dengan *subjective norms*. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan wajib pajak merupakan pengalaman yang bersifat personal dan diperoleh melalui interaksi langsung dengan petugas pajak, sehingga tidak dipengaruhi oleh pandangan atau dorongan dari lingkungan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa kepatuhan yang muncul akibat pelayanan fiskus lebih ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diterima wajib pajak daripada pengaruh lingkungan sosial di sekitarnya.

4.3.6 Pengaruh Lingkungan Sosial dalam Memoderasi Hubungan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Sosial tidak mampu memoderasi hubungan antara Sanksi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, sehingga H6 ditolak. Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), sanksi perpajakan dapat memengaruhi sikap wajib pajak terhadap kepatuhan melalui persepsi mengenai konsekuensi yang akan diterima apabila melakukan pelanggaran. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan yang terbentuk karena adanya sanksi lebih dipengaruhi oleh kesadaran individu terhadap risiko pelanggaran daripada oleh tekanan sosial dari lingkungan sekitar. Temuan ini mengindikasikan bahwa wajib pajak cenderung mematuhi peraturan perpajakan karena mempertimbangkan konsekuensi yang akan diterima, bukan karena adanya pengaruh lingkungan sosial.

5. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini mengkaji pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Lingkungan Sosial sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Selain itu, Lingkungan Sosial tidak mampu memoderasi hubungan antara Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh pemahaman perpajakan yang baik, kualitas pelayanan fiskus yang memadai, serta penerapan sanksi perpajakan yang efektif. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena variabel Lingkungan Sosial tidak terbukti mampu memoderasi hubungan antara variabel independen dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, sehingga dimungkinkan terdapat variabel moderasi lain yang lebih relevan. Selain itu, keterbatasan waktu penelitian menyebabkan proses pengumpulan dan analisis data belum dapat dilakukan secara lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian

selanjutnya disarankan untuk menguji variabel moderasi lain yang relevan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Anggraini, D. (2021). Pengaruh pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan Indonesia*, 5(2), 112–120.
- Dewi, N. K. (2020). Pengaruh lingkungan sosial terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 45–54.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2011). *Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-98/PJ/2011 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Kerja dan Laporan Kegiatan Penyuluhan Perpajakan Unit Vertikal di Lingkungan Direktorat Jenderal Pajak*.
- Farah, S., & Sapari. (2020). Analisis statistik deskriptif pada penelitian kuantitatif. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9(4), 1–15.
- Febry, R. (2021). Pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 6(1), 23–31.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, M. (2022). Pengaruh pelayanan pegawai pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*, 4(1), 66–75.
- Indrayani, N., et al. (2022). Pengaruh kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan, dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Riset Akuntansi Warmadewa*, 3(2), 85–94.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024). *Laporan kinerja Kementerian Keuangan tahun 2024*.
- Komala, R. (2023). Pengaruh sanksi perpajakan dan lingkungan sosial terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 98–107.
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan*. Andi.
- Mulyati, Y., & Ismanto, J. (2021). Pengaruh kepatuhan wajib pajak terhadap penerimaan pajak negara. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 7(1), 40–49.
- Nabila, A. (2021). Pengaruh sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 18(2), 133–142.
- Nofenlis, R., et al. (2022). Pengaruh lingkungan sosial terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi karyawan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 5(1), 55–63.
- Prastyatini, N. (2023). Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 12(1), 77–86.
- Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan Indonesia: Konsep dan aspek formal*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.
- Winerungan, O. L. (2019). Sosialisasi perpajakan, pelayanan fiskus, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal EMBA*, 1(3), 960–970.
- Yuniar, D., & Saputra, R. (2022). Pengaruh pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 9(2), 101–110.