

**ANALISIS DETERMINASI PADA KEPATUHAN WAJIB PAJAK REKLAME
YANG TERDAFTAR DI BADAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAN ASET
DAERAH KOTA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Rr. Arifah Candrakusuma

Nomor Mahasiswa : 14312018

Jurusan : Akuntansi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

**ANALISIS DETERMINASI PADA KEPATUHAN WAJIB PAJAK REKLAME
YANG TERDAFTAR DI BADAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAN ASET
DAERAH KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi
pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh :

Nama : Rr. Arifah Candrakusuma
Nomor Mahasiswa : 14312018
Jurusan : Akuntansi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 9 November 2018

Penulis



(Rr. Arifah Candrakusuma)

HALAMAN PENGESAHAN
ANALISIS DETERMINASI PADA KEPATUHAN WAJIB PAJAK REKLAME
YANG TERDAFTAR DI BADAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAN ASET
DAERAH KOTA YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Rr. Arifah Candrakusuma

Nomor Mahasiswa : 14312018

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 9 November 2018

Dosen Pembimbing,



Erna Hidayah, Dra., M. Si., Ak

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS DETERMINASI PADA KEPATUHAN WAJIB PAJAK REKLAME DI BADAN
PENGELOLAAN KEUANGAN DAN ASET DAERAH KOTA YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **RADEN RARA ARIFAH CANDRAKUSUMA**

Nomor Mahasiswa : **14312018**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Kamis, tanggal: 13 Desember 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Erna Hidayah, Dra., M.Si.,Ak., CA.

Penguji : Ataina Hidayati, Dra., Ak., M.Si.,Ph.D.



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Jaka Srijana, SE., M.Si, Ph.D.

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (urusan dunia) bersungguh-sungguh (dalam beribadah), dan hanya kepada Tuhan-Mu lah kamu berharap”

(QS. Al - Insyirah : 6-8)

Bila dapat dipermudah jangan dipersulit, karena siapapun, dimanapun, dan kapanpun mempersulit orang lain Allah akan mempersulit dirinya.

“Sesungguhnya, jika engkau menghabiskan jatah gagalmu, engkau mau tidak mau akan berhasil” - Mario Teguh

“Kegagalan adalah bumbu kehidupan, kegagalan membuat kita bisa menjadi manusia tangguh” – Bob Sadino

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahrabbi'l'amin

Skripsi ini Saya persembahkan untuk,

kedua orang tua yang telah tiada

Alm Bapak Arbak Yhoga Widodo & Almh Ibu R. Ay. Siti Hariti Sastriyani tercinta

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya serta shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah SAW, sehingga penulis senantiasa dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul :

“Analisis Determinasi pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame yang Terdaftar di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah mendapat bantuan secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besanya kepada :

1. Allah SWT, Tuhan semesta alam yang selalu memberikan petunjuk dan jalan kepada hambanya tidak terkecuali penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Nabi Muhammad SAW, shalawat serta salam semoga tetap terlantun bagi-Nya.
3. Kedua Orangtua, Alm. Arbak Yhoga Widodo, S.E., M.M. dan Almh. Dr. R. Ay. Siti Hariti Sastriyani, S.S., M.Hum., yang telah memberikan begitu banyak pesan dan pelajaran mengenai kehidupan sehingga membuat penulis menjadi lebih kuat dan mandiri. Skripsi ini penulis persembahkan khusus untuk mereka yang tlah tiada guna membanggakan mereka. Semoga amal ibadah mereka diterima di sisi-Nya. Aminnn....
4. Yangti, Bu Watik, dan Lina, yang senantiasa memberikan dukungan dalam segala hal.
5. Bima Saputra, yang selalu memberikan dukungan dan semangat, serta selalu sabar mendengarkan keluh kesah yang dirasakan penulis sampai saat ini.
6. Bapak Fathul Wahid, S.T, M. Sc., Ph. D. Selaku Rektor Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
7. Bapak Dr. Jaka Sriyana, S.E., M. Si. Selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
8. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M. Si., Ak., CA, CMA. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
9. Ibu Erna Hidayah, Dra., M. Si., Ak. Selaku dosen pembimbing yang dengan ikhlas dan sabar telah mendampingi dan membagi pengetahuannya kepada penulis. Penulis mengucapkan banyak terimakasih serta memohon maaf atas

segala kesalahan selama penyusunan skripsi. Semoga Ibu dan keluarga senantiasa diberikan kesehatan dan kelancaran rezeki selalu.

10. Seluruh Bapak/Ibu dosen, pegawai, dan *staff* Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan waktu dan membekali ilmunya kepada penulis selama di bangku perkuliahan.
11. Sahabatku dan juga saudara di kampus, “MARKIMPUL” (Fazza, Yara, Ira, Ulya, Arba, dan Lia). Terimakasih atas segala dukungan, motivasi, semangat, dan bantuan yang kalian berikan kepada penulis. Semoga Allah selalu memberikan kebahagiaan kepada kalian semua.
12. Sahabat-sahabatku tersayang, GGC, Nafisa, Fina, Hayyu, Kiki, Icha, Aan, Seto, dan Anita. Terimakasih atas support dan bantuan yang telah diberikan selama ini kepada penulis. Semoga Allah selalu menyertai langkah kalian.
13. Teman-temanku KKN Unit 17. Terimakasih atas waktu sebulan bersama kalian, semoga tali silaturahmi kita tetap terjadi sampai kapanpun. Terimakasih atas segala kenangan dan canda tawa yang telah kalian berikan.
14. Teman-teman mahasiswa jurusan Akuntansi angkatan 2014 serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu, penulis ucapkan terimakasih.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan serta jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan pengetahuan sehingga penulis menerima segala kritik dan saran demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini

dapat berguna dan memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 9 November 2018

Penulis

Rr. Arifah Candrakusuma

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	vi
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN	10
1.4 MANFAAT PENELITIAN	10
1.5 SISTEMATIKA PEMBAHASAN	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 LANDASAN TEORI DAN PENGERTIAN VARIABEL	14
2.1.1 Teori Atribusi	14
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	15
2.1.3 Pajak	15
2.1.4 Pajak Reklame	18
2.1.5 Kepatuhan Wajib Pajak	24
2.1.6 Pemahaman tentang Sistem Perpajakan	27

2.1.7 Sosialisasi Perpajakan	27
2.1.8 Tarif Pajak	29
2.1.9 Sanksi Perpajakan	31
2.2. HIPOTESIS PENELITIAN	32
2.2.1 Pemahaman tentang Sistem Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame	32
2.2.2 Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame	33
2.2.3 Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame	34
2.2.4 Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame	35
2.3 HASIL PENELITIAN TERDAHULU	37
2.4 KERANGKA PEMIKIRAN	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 POPULASI DAN SAMPEL	41
3.2 DATA DAN SUMBER DATA	41
3.3 DEFINISI DAN PENGUKURAN VARIABEL PENELITIAN	42
3.3.1 Variabel Dependen	42
3.3.2 Variabel Independen	43
3.3.2.1 Pemahaman tentang Sistem Perpajakan	43
3.3.2.2 Sosialisasi Perpajakan	44
3.3.2.3 Tarif Pajak	45
3.3.2.4 Sanksi Perpajakan	46
3.4 ALAT DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA	47
3.5 METODE ANALISIS DATA	48
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	48
3.5.2 Uji Kualitas Data	49

3.5.2.1 Uji Validitas	49
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	49
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	50
3.5.3.1 Uji Normalitas	50
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas	51
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas	51
3.5.4 Analisis Regresi Berganda	52
3.5.5 Uji Hipotesis (Uji t)	52
3.5.6 Koefisien Determinasi (R^2)	53
3.6 HIPOTESIS OPERASIONAL	54
3.6.1 Pemahaman tentang Sistem Perpajakan	54
3.6.2 Sosialisasi Perpajakan	54
3.6.3 Tarif Pajak	54
3.6.4 Sanksi Perpajakan	55
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	56
4.1 HASIL PENGUMPULAN DATA	56
4.2 ANALISIS DESKRIPTIF	57
4.2.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kepemilikan Usaha	57
4.3 ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF	58
4.4 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	61
4.4.1 Hasil Uji Validitas	61
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.5 HASIL PENGUJIAN ASUMSI KLASIK	63
4.5.1 Uji Normalitas	63
4.5.2 Uji Multikolinearitas	64

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	65
4.6 UJI HIPOTESIS	67
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.6.2 Uji Hipotesis (Uji t)	69
4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	70
4.7 PEMBAHASAN	71
4.7.1 Pengaruh Pemahaman tentang Sistem Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame	71
4.7.2 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame	72
4.7.3 Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame	74
4.7.4 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame ..	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 KESIMPULAN	77
5.2 KETERBATASAN	77
5.3 SARAN	78
5.4 IMPLIKASI	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

1.1 Hasil Realisasi Penerimaan Pajak Negara	2
1.2 Hasil Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta	4
2.1 Penelitian Terdahulu	37
4.1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner	57
4.2 Jenis Kepemilikan Usaha	58
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	58
4.4 Hasil Uji Validitas	61
4.5 Hasil Uji Reliabilitas	63
4.6 Hasil Uji Normalitas	64
4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	65
4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	67
4.10 Hasil Uji t	69
4.11 Hasil Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Model Penelitian	40
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	84
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	85
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 4 Jawaban Kuesioner	91
Lampiran 5 Analisis Statistik Deskriptif	106
Lampiran 6 Uji Kualitas Data	107
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	117
Lampiran 8 Analisis Regresi Berganda	119

ABSTRACT

This study aims to determine : 1) the effect of taxation system understanding on taxpayer compliance to paying advertisement tax in Department of Finance and Asset Management (BPKAD) Yogyakarta, 2) the effect of socialization on taxpayer compliance to paying advertisement tax in Department of Finance and Asset Management (BPKAD) Yogyakarta, 3) the effect of tax rates on taxpayer compliance to paying advertisement tax in Department of Finance and Asset Management (BPKAD) Yogyakarta, and 4) the effect of tax penalties on taxpayer compliance to paying advertisement tax in Department of Finance and Asset Management (BPKAD) Yogyakarta.

The population of this study is all taxpayer who registered in Department of Finance and Asset Management Yogyakarta. The data of this research is obtained through questionnaire. Sampling technique using purposive sampling. The data were processed using multiple linear regression analysis model with the help of SPSS program. From the research results can be seen that : 1) the taxation system understanding have a positive effect and significant on advertisement taxpayer compliance, 2) the taxing socialization have a positive effect and significant on advertisement taxpayer compliance, 3) the tax rates have a negative effect and significant on advertisement taxpayer compliance, and 4) the tax penalties have a positive effect and significant on advertisement taxpayer compliance

Keywords : *taxation system understanding, socialization, tax rates, tax penalties, taxpayer compliance.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) pengaruh pemahaman tentang sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta, 2) pengaruh sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta, 3) pengaruh tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta, dan 4) pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta.

Populasi penelitian ini adalah semua wajib pajak yang terdaftar di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta. Data penelitian ini diperoleh melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diolah menggunakan model analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa : 1) pemahaman tentang sistem perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, 2) sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, 3) tarif pajak memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, dan 4) sanksi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.

Kata kunci : Pemahaman sistem perpajakan, sosialisasi, tarif pajak, sanksi perpajakan, kepatuhan wajib pajak

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak didefinisikan sebagai iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang tanpa mendapatkan balas jasa langsung dan digunakan untuk membiayai pengeluaran pemerintah agar dapat meningkatkan kesejahteraan umum (www.pajak.go.id).

Penerimaan pajak dapat diterima dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Jika penerimaan pajak hanya terdesentralisasi, maka kebutuhan untuk pembangunan menjadi tidak tersalurkan dengan baik sehingga daerah akan mengalami kesulitan untuk memenuhinya. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, pemerintah pusat memberi wewenang kepada setiap daerah untuk mengelola daerahnya dengan luas dan bertanggung jawab yang dapat menjamin perkembangan pembangunan daerah seperti yang tercantum dalam Undang-Undang No. 22 Tahun 1999.

Berikut merupakan data terkait realisasi penerimaan pajak Negara di Indonesia pada tahun 2015-2016 adalah :

Tabel 1.1 Hasil Realisasi Penerimaan Pajak Negara (dalam triliun rupiah)

Tahun	Anggaran	Realisasi	Persentase (%)
2015	Rp 1.294,26	Rp 1.060,83	81,96%
2016	Rp 1.355,20	Rp 1.105,81	81,60%

Sumber : pajak.go.id (Diakses pada 25 Maret 2018)

Kepatuhan wajib pajak didefinisikan sebagai pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh wajib pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan yang diharapkan di dalam pemenuhannya diberikan secara sukarela (Dewi dan Setiawan, 2016). Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 mengungkapkan bahwa kepatuhan wajib pajak dapat diidentifikasi dari :

- a. Tepat waktu dalam menyampaikan SPT untuk semua jenis pajak dalam 2 tahun terakhir; tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak,
- b. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan dalam jangka waktu 10 tahun terakhir,
- c. Dalam 2 tahun terakhir menyelenggarakan pembukuan dan dalam hal terhadap wajib pajak pernah dilakukan pemeriksaan, koreksi pada pemeriksaan yang terakhir untuk masing-masing jenis pajak yang terutang paling banyak 5%; wajib pajak yang laporan keuangannya untuk 2 tahun terakhir diaudit oleh akuntan publik dengan pendapat wajar tanpa

pegecualian, atau pendapat dengan pegecualian sepanjang tidak mempengaruhi laba rugi fiskal.

Adanya kepatuhan perpajakan merupakan hal paling penting karena dengan wajib pajak patuh untuk membayar pajak dapat berpengaruh terhadap peningkatan penerimaan pajak Negara. Penerimaan pajak tersebut nantinya digunakan sebagai alokasi dana pembangunan infrastruktur, peningkatan pelayanan publik, bantuan, serta pembiayaan pengeluaran pemerintah lainnya. Selain itu, adanya kesadaran masyarakat untuk mematuhi kewajiban perpajakan yang berlaku tentunya dapat memaksimalkan penerimaan pendapatan negara. Apabila wajib pajak tidak patuh maka pemerintah akan sulit mencapai target atas pajak yang sudah ditetapkan sebelumnya sehingga pemerintah mengalami penurunan pendapatan. Padahal, penerimaan negara dari sektor pajak memberikan kontribusi yang sangat besar bagi pendapatan negara dibandingkan dengan penerimaan dari sektor selain pajak.

Salah satu sumber penerimaan Negara yang berpotensi berasal dari daerah seperti salah satunya dari sektor periklanan atau reklame. Sektor periklanan atau reklame akan mendukung peningkatan pendapatan dari berbagai sisi dari media massa, media cetak, dan sejenisnya.

Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi baik dari sektor ekonomi, pariwisata, dan sektor lainnya, sehingga banyak para pelaku usaha saling bersaing di daerah tersebut. Para pelaku usaha yang berada di Yogyakarta

dapat mempromosikan produknya dengan cara memanfaatkan iklan untuk mendapat perhatian calon konsumen sehingga akan mengakibatkan pada kenaikan pendapatan yang mereka dapat. Sebagian besar dari mereka mempromosikan produknya melalui media elektronik dan cetak.

Salah satu sumber utama Penerimaan Asli Daerah (PAD) bagi kota Yogyakarta dari sektor periklanan adalah Pajak Reklame. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame yaitu benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. Pajak Reklame merupakan pajak yang diterima oleh daerah seperti kabupaten atau kota. Pemerintah daerah memiliki wewenang untuk memungut pajak reklame berdasarkan Perda No. 14 Tahun 2010.

Data terkait penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta pada tahun 2015-2017 sebagai berikut.

Tabel 1.2 Hasil Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Yogyakarta

Tahun	Anggaran	Realisasi	Persentase (%)
2015	Rp 5,000,000,000	Rp 5,228,109,307	104.56%
2016	Rp 5,600,000,000	Rp 3,672,506,813	65.58%
2017	Rp 6,200,000,000	Rp 7,135,255,720	115.08%

Sumber : Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa dari tahun 2015 hingga tahun 2017 jumlah realisasi penerimaan pajak reklame mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan. Pada tahun 2015 jumlah realisasinya mengalami kenaikan dibanding jumlah yang telah dianggarkan. Pada tahun 2016 jumlah realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta mengalami penurunan yang cukup signifikan dibandingkan jumlah yang telah dianggarkan. Hal ini kemungkinan terjadi karena kurangnya kontribusi wajib pajak reklame untuk membayar pajak. Namun, pada tahun 2017 jumlah realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta mulai mengalami peningkatan kembali.

Penelitian sebelumnya mengenai kepatuhan pajak sudah banyak dilakukan, diantaranya adalah Winerungan (2013), Ananda, Kumadji, & Husaini (2015), Utama (2013), Danarsi, Nurlaela, & Subroto (2017), dan Putra, Handayani, & Topowijono (2014). Selain itu, penelitian yang membahas mengenai pajak reklame sendiri sebelumnya telah dilakukan oleh Saputra, Ekawati, dan Fajriana (2013). Tingkat tinggi atau rendahnya kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain pemahaman tentang sistem perpajakan, sosialisasi perpajakan, tarif pajak, sanksi perpajakan, dan lain-lain.

Faktor utama yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak adalah pemahaman wajib pajak terhadap sistem perpajakan yang berlaku. Pemahaman tentang pajak pada wajib pajak dapat mencerminkan tingkat kesadaran wajib pajak. Semakin paham seorang wajib pajak akan pentingnya membayar pajak maka wajib

pajak akan sadar pula untuk membayarnya. Menurut P. S. Pratiwi dan Supadmi (2016), tanpa adanya pemahaman terhadap sistem pajak, wajib pajak akan mengalami kesulitan dalam memahami prosedur untuk membayar pajak, mulai dari cara mendaftarkan diri, mengisi Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD), membayar, sampai melaporkan kewajiban perpajakannya. Wajib pajak yang tidak memiliki pemahaman pengetahuan pajak cenderung akan bingung tentang berapa jumlah pajak yang harus dibayar dan dilaporkan. Untuk itu, wajib pajak perlu meningkatkan pemahaman melalui pengetahuan pajak yang lebih baik dan pada gilirannya akan meningkatkan kepatuhan secara sukarela dan mengurangi kecenderungan untuk menghindari pajak.

Adanya sosialisasi dalam bidang perpajakan juga merupakan hal penting guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi dapat dilakukan melalui media komunikasi, baik media cetak seperti surat kabar, majalah maupun media audio visual seperti radio atau televisi (Sulistianingrum, 2009 dalam Cahyadi dan Jati 2016). Sosialisasi perpajakan diharapkan dapat membawa pesan tentang pentingnya pajak bagi Negara dan dapat meningkatkan pemahaman wajib pajak tentang setiap adanya peraturan pajak terbaru sehingga harapannya kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak akan meningkat dan secara otomatis akan meningkatkan penerimaan pajak Negara sesuai target yang telah ditetapkan. Sosialisasi harus dijalankan sesering mungkin dan berjalan efektif. Apabila sosialisasi jarang diadakan dan tidak berjalan efektif, maka akan memberikan dampak pada rendahnya pemahaman masyarakat

tentang pajak sehingga menyebabkan kesadaran masyarakat untuk melaporkan dan membayar pajak juga menjadi rendah (Winerungan, 2013 dalam Cahyadi dan Jati, 2016).

Selain melalui sosialisasi, faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak yaitu tarif pajak. Tarif pajak harus ditetapkan dengan jelas agar mempermudah wajib pajak dalam menentukan jumlah pajak yang harus dibayarkan. Semakin mudah wajib pajak dalam menentukan kewajibannya, maka wajib pajak semakin berinisiatif untuk membayar pajaknya. Selain itu, tarif pajak yang ditetapkan harus bersifat adil dalam menentukan subjek dan objek pajaknya (Mustofa, Kertahadi, dan R, 2016). Terkait tarif pajak reklame, pemerintah telah mengeluarkan kebijakan berdasarkan UU Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yaitu tarif pajak reklame ditetapkan maksimum sebesar 25% (dua puluh lima persen).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak adalah sanksi perpajakan. Sanksi pajak sangat berguna dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sanksi yang berlaku digunakan sebagai kontrol dan dikenakan untuk memberikan efek jera bagi wajib pajak yang tidak taat dalam membayar pajak. Kenyataannya, masih banyak wajib pajak yang tidak patuh pada aturan yang telah ditetapkan. Kondisi seperti ini mendorong kita untuk mengetahui apakah sanksi pajak yang berlaku sudah tidak layak lagi dipakai sebagai pemberi efek jera kepada wajib pajak, sehingga pengenaan sanksi dapat diperbaiki. Sanksi yang dikenakan dalam

jumlah yang tinggi akan mendorong wajib pajak untuk lebih patuh pada aturan (Wahyu, 2008 dalam Sentanu dan Setiawan 2016).

Kelemahan dari penelitian Masruroh & Zulaikha (2013) dan Pratiwi & Setiawan (2014) yaitu terbatasnya jumlah variabel dan jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti. Saran dari penelitian Ilhamsyah, dkk (2016) dan Hardiningsih & Yulianawati (2011) untuk penelitian selanjutnya adalah untuk menambah variabel yang dianggap berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, penelitian dari Masruroh & Zulaikha (2013) menyarankan untuk menggunakan metode *purposive sampling* dalam proses pengambilan sampel dengan harapan data yang diambil lebih tepat sasaran, sehingga hasil akhir dalam penelitian sesuai dengan yang diharapkan.

Penelitian ini akan fokus pada variabel tidak konsisten dan variabel yang disarankan dalam penelitian sebelumnya. Kebaharuan dari penelitian ini adalah variabel yang akan digunakan peneliti sebanyak empat variabel independen. Variabel independen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sosialisasi perpajakan yang merupakan saran dari penelitian Ilhamsyah, dkk (2016), serta pemahaman tentang sistem perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan yang merupakan variabel tidak konsisten. Penambahan variabel ini akan menjawab saran dari penelitian Ilhamsyah, dkk (2016) dan Hardiningsih & Yulianawati (2011) yang menyarankan untuk menambah variabel-variabel lain yang dianggap dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan dengan melakukan penelitian mengenai bagaimana **“Analisis Determinasi pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame yang Terdaftar di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pemahaman tentang sistem perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta?
2. Apakah sosialisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta?
3. Apakah tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta?
4. Apakah sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh pemahaman tentang sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan agar membawa kemanfaatan di antaranya :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan sumbangan pemikiran bagi masyarakat luas terhadap ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi dan masukan pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian

lebih lanjut mengenai masalah-masalah perpajakan khususnya tentang Pajak Reklame dan dapat menambah sumber pustaka yang telah ada.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi tambahan dalam mengambil kebijakan menyangkut keuangan daerah serta kinerja ekonomi dalam rangka meningkatkan penerimaan pendapatan pajak, terutama pajak reklame.

b. Bagi Wajib Pajak

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan kesadaran bagi wajib pajak agar lebih patuh dalam melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak sehingga akan meningkatkan penerimaan pajak di Kota Yogyakarta.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat umum mengenai arti pentingnya pajak dan peran serta masyarakat dalam pembangunan sehingga masyarakat akan terdorong untuk memenuhi kewajiban perpajakan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber pustaka untuk kegiatan penelitian yang sejenis.

1.5 Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, penulis menyajikan sistematika pembahasan yang terdiri dari 5 bab, antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan beberapa hal pokok yang berhubungan dengan penulisan ini yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori, pengertian variabel, penelitian terdahulu terkait kepatuhan pajak, hipotesis penelitian, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis, koefisien determinasi, dan hipotesis operasional.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil analisis data yang telah diperoleh dengan menggunakan sampel penelitian serta pembahasan terkait pembuktian hipotesis penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian berdasarkan hasil pembahasan, keterbatasan penelitian, serta saran bagi penelitian selanjutnya terkait dengan kepatuhan pajak.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Pengertian Variabel

2.1.1 Teori Atribusi

Teori Atribusi merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang. Teori tersebut menjelaskan bahwa ketika seseorang mengamati perilaku orang lain, individu tersebut berupaya untuk menentukan apakah perilaku orang lain tersebut disebabkan secara internal atau eksternal (Robbins dan Judge, 2008 dalam Masruroh dan Zulaikha 2013). Perilaku yang disebabkan secara internal merupakan perilaku yang diyakini berada di bawah kendali pribadi seorang individu itu sendiri, seperti ciri kepribadian, kesadaran, dan kemampuan. Sedangkan perilaku yang disebabkan secara eksternal merupakan perilaku yang berasal dari luar, yaitu individu tersebut terpaksa berperilaku karena sebuah situasi, seperti adanya pengaruh dari orang lain (Rusli dan Hadiprajitno, 2014).

Teori atribusi ini relevan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yang digunakan dalam penelitian ini. Kepatuhan wajib pajak dapat dikaitkan dengan sikap wajib pajak dalam membuat penilaian terhadap pajak itu sendiri. Persepsi seseorang untuk membuat penilaian mengenai orang lain sangat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal orang lain tersebut (Jatmiko, 2006 dalam Masruroh dan Zulaikha 2013).

2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa perilaku yang ditimbulkan oleh individu muncul karena adanya niat untuk berperilaku. Menurut Tiraada (2013) dalam Ruslli dan Hadiprajitno (2014), munculnya niat untuk berperilaku ditentukan oleh tiga faktor, yaitu :

1. *Behavioral beliefs*, merupakan keyakinan individu akan hasil dari suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut. Keyakinan dan evaluasi terhadap hasil tersebut akan membentuk variabel sikap (*attitude*).
2. *Normative beliefs*, yaitu dorongan atau motivasi yang berasal dari orang lain yang akan mempengaruhi perilaku seseorang tersebut. *Normative beliefs* ini membentuk variabel norma subjektif (*subjective norm*).
3. *Control beliefs*, merupakan keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut. *Control beliefs* ini membentuk variabel kontrol perilaku yang dipresepsikan (*perceived behavioral control*).

2.1.3 Pajak

Definisi atau pengertian pajak menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH :

“Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang

langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum” (Mardiasmo, 2002).

Selain itu, terdapat beberapa definisi pajak menurut para ahli. Di bawah ini beberapa definisi pajak dari para ahli (Nurmantu, 2005), di antaranya :

1. C.F. Bastable, menyatakan bahwa pajak adalah : *a compulsory contribution of the wealth of a person or body of persons for the service of the public powers.*
2. H.C. Adams, seorang ekonom dan filsuf bangsa Amerika merumuskan pajak sebagai : *a contribution from the citizen to the support of the state.*
3. Edwin Robert Anderson Seligman, seorang ekonom, guru besar, pendiri, dan presiden pertama dari American Economic Association, merumuskan pajak sebagai : *a tax is a compulsory contribution from the person to the government to defray the expenses incurred in the common interest of all without reference to special benefits conferred.*
4. Prof. Dr. P.J.A. Andriani merumuskan :

Pajak adalah iuran kepada Negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas Negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.

Sebagaimana telah diketahui berbagai definisi atau pengertian pajak, terlihat bahwa pajak memiliki dua fungsi (Waluyo 2010), yaitu :

1. Fungsi *budgetair*

Fungsi pajak sebagai fungsi *budgetair* adalah pajak digunakan sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya. Sebagai contoh : dimasukkannya pajak dalam APBN sebagai penerimaan dalam negeri.

2. Fungsi mengatur (*regulerend*)

Pajak sebagai fungsi mengatur (*regulerend*) adalah pajak digunakan sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi. Sebagai contoh : dikenakan pajak yang lebih tinggi terhadap barang mewah untuk mengurangi gaya hidup konsumtif masyarakat.

Pajak dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok (Waluyo 2010), adalah sebagai berikut :

1. Menurut golongan

- a. Pajak langsung, adalah pajak yang pembebanannya tidak dapat dilimpahkan ke pihak lain dan menjadi beban langsung wajib pajak sendiri.

Contoh : Pajak Penghasilan (PPh).

- b. Pajak tidak langsung, adalah pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan ke pihak lain.

Contoh : Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

2. Menurut sifat

- a. Pajak subjektif, adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya, artinya memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak.

Contoh : Pajak Penghasilan (PPh).

- b. Pajak objektif, adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak.

Contoh : Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.

3. Menurut pemungutan dan pengelolaannya

- a. Pajak pusat, adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai kebutuhan Negara.

Contoh : Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan Bea Materai.

- b. Pajak daerah, adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai kebutuhan daerah.

Contoh : Pajak Reklame, Pajak Hiburan.

2.1.4 Pajak Reklame

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame, sedangkan reklame adalah benda, alat, pembuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial dan dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan,

atau mengenalkan secara positif suatu barang, jasa, atau orang, atau pun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah (Sugianto 2007).

Pajak atas Reklame sudah ada sejak tahun 1937. Pada waktu itu Pajak atas Reklame hanya berlaku untuk wilayah Batavia (Jakarta) saja, yang diundangkan pada tanggal 16 November 1936 (Lembaran Kotapradja Jakarta Raya 1958 Nomor 3). Pada tahun 1967, peraturan tersebut diperbarui dengan menjadi Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 1967. Tahun 1977 Pajak Reklame mengalami perubahan menjadi Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 1977. Terakhir dasar hukum Pajak Reklame (Samudra 2015) dapat diurut sebagai berikut :

1. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak dan Retribusi Daerah
2. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak dan Retribusi Daerah
3. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak dan Retribusi Daerah

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggara reklame (Sugianto 2007).

Penyelenggara reklame sendiri bermacam-macam, di antaranya :

1. Reklame papan
2. *Billboard*
3. *Videotron*
4. *Megatron*

5. Kain rentang
6. Reklame melekat/stiker
7. Reklame selebaran
8. Reklame berjalan
9. Reklame udara
10. Reklame suara
11. Reklame film/*slide*
12. Reklame peragaan

Adapun reklame yang dikecualikan atau tidak termasuk dalam objek pajak reklame (Samudra 2015), sebagai berikut :

1. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televise, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
2. Label/merk produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
3. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut;
4. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah atau pemerintah daerah;
5. Reklame yang memuat nama tempat ibadah seperti masjid, gereja, serta panti asuhan;

6. Reklame untuk tanah yang terletak di tanah tersebut dengan ukuran tidak lebih dari 1 M²;
7. Reklame yang diselenggarakan oleh Perwakilan Luar Negeri.

Selain itu, subjek pajak reklame ialah penyelenggara pajak reklame menurut jenisnya. Subjek pajak reklame merupakan pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame, sedangkan wajib pajaknya adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame (Samudra 2015).

Reklame yang diselenggarakan langsung oleh orang pribadi atau badan yang memanfaatkan reklame untuk kepentingan sendiri maka wajib pajak reklame adalah pribadi atau badan tersebut. Apabila dilaksanakan oleh pihak ketiga, misalnya perusahaan jasa periklanan maka pihak ketiga tersebut merupakan wajib pajak reklame (Sugianto 2007).

Dasar pengenaan pajak adalah Nilai Sewa Reklame (NSR). Reklame yang diselenggarakan sendiri tanpa melalui pihak ketiga, nilai sewa reklame dihitung dengan memperhatikan beberapa faktor. Beberapa faktor tersebut (Sugianto 2007), sebagai berikut :

1. Lokasi penempatan reklame
2. Jenis reklame
3. Jangka waktu penyelenggaraan
4. Ukuran media reklame

Reklame yang diselenggarakan oleh pihak ketiga misalnya perusahaan jasa periklanan, nilai sewa reklame ditetapkan berdasarkan jumlah sewa yang harus dibayarkan untuk satu masa pajak/masa penyelenggaraan reklame (nilai kontrak reklame) dengan memerhatikan (Samudra 2015), sebagai berikut :

1. Besarnya biaya pemasangan reklame
2. Besarnya biaya pemeliharaan reklame
3. Lama pemasangan reklame
4. Nilai strategis lokasi (tempat yang sudah ditentukan nilai jualnya/meter persegi berdasarkan tabel yang ditetapkan oleh kepala daerah yang bersangkutan sesuai Perda)
5. Jenis reklame

Cara perhitungan Nilai Sewa Reklame ditetapkan dengan Peraturan Daerah dan hasil perhitungan ditetapkan dengan Peraturan Kepala Daerah.

Tarif pajak reklame ditetapkan dengan peraturan daerah dengan ketetapan paling tinggi sebesar 25%. Pajak reklame yang terutang dipungut di wilayah daerah tempat reklame tersebut diselenggarakan. Besarnya pajak terutang yang harus dibayar oleh wajib pajak reklame adalah dengan mengalikan tarif pajak reklame dengan dasar pengenaan yaitu Nilai Sewa Reklame (Prakosa 2005).

Masa pajak adalah jangka waktu yang lamanya 1 (satu) bulan atau ditetapkan oleh gubernur kepala daerah. Pajak terutang dalam masa pajak terjadi pada saat penyelenggaraan reklame atau diterbitkan SKPD.

Setiap wajib pajak wajib mengisi dan menyampaikan SPPR atau Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) kepada gubernur kepala daerah. SPPR atau SPTPD harus diisi dengan jelas, benar, dan lengkap serta ditandatangani oleh wajib pajak atau kuasanya (Samudra 2015).

Untuk perhitungan reklame, maka perlu diperhatikan beberapa ketentuan (Samudra 2015) yakni sebagai berikut :

1. Terhadap penyelenggaraan reklame papan/*billboard* dengan ukuran luas sampai 24 M², maka besarnya Nilai Sewa Reklame (NSR) per M²/tahun ditetapkan sebagaimana tercantum dalam kolom 3 lampiran keputusan gubernur.
2. Terhadap penyelenggaraan reklame *megatron, videotron, large electronic, display*, papan/*billboard* dengan ukuran luas di atas 24 M², maka besarnya Nilai Sewa Reklame (NSR) per m²/tahun diperoleh dengan cara menjumlahkan perkalian dari luas reklame yang dimohon dengan Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR) yang tercantum pada kolom 4 lampiran keputusan gubernur ditambah dengan 1/3 Rencana Anggaran Biaya (RAB yang dipakai sebagai perhitungan retribusi IMB BBR dan RAB

dihitung oleh pemegang SIBP dan dinilai oleh Dinas Pengawasan Pembangunan Kota).

3. Tambahan pajak karena ketinggian melebihi batas normal 15m ditetapkan sebagai berikut :
 - a. 0 – 15 M = 0%
 - b. <15M – 30M = 20%
 - c. <30M – 45M = 40%
 - d. <45M - 60M = 60%
4. Tambahan pajak, karena reklame alkohol dan rokok ditetapkan masing-masing 20%.
5. Adapun proses permohonan penyelenggaraan reklame/*billboard* ialah :
 - (a) Dinas Pendapatan Daerah : untuk jumlah luas seluruh bidang muka reklame di atas 24m².
 - (b) Suku Dinas Pendapatan Daerah : untuk jumlah luas seluruh bidang muka reklame di atas 6m²-24m².
 - (c) Seksi Pendapatan Daerah Kecamatan : untuk jumlah luas seluruh bidang muka reklame sampai 6m².

2.1.5 Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, kepatuhan berarti tunduk atau patuh pada ajaran atau aturan. Kepatuhan adalah ketaatan atau berdisiplin terhadap peraturan (Saputra, Ekawati, dan Fajriana 2013). Alm, 1991 yang dikutip oleh Palil

(2005) dalam Dewi dan Setiawan (2016) mendefinisikan kepatuhan sebagai pelaporan semua pendapatan dan pembayaran pajak secara keseluruhan yang sesuai dengan aplikasi hukum, peraturan, dan keputusan hakim. Sedangkan, menurut Nurmantu yang dikutip oleh Alviansyah (2011) dalam Ihamsyah dkk (2016), kepatuhan perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan wajib pajak dimana dia dapat memenuhi semua hal yang menjadi kewajiban-kewajiban perpajakannya dan melaksanakan hak-hak pajak yang dia dapat. Pengertian kepatuhan pajak menurut James (2004) dalam Sentanu dan Setiawan (2016) yaitu wajib pajak bersedia melakukan kewajibannya tanpa paksaan dalam membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Ukuran kepatuhan memenuhi kewajiban pajak diukur dan dibandingkan dengan besar kecilnya penghematan pajak (*tax saving*), penghindaran pajak (*tax avoidance*), dan penyelundupan pajak (*tax avasion*) yang semuanya bertujuan untuk meminimalkan beban pajak (Zain 2003, dalam Mir'atusholihah, Kumadji, dan Ismono, 2014). Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 192/PMK 03/2007 tentang Tata Cara Penerapan Wajib Pajak dengan kriteria tertentu dalam rangka pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak dalam pasal 1 disebutkan bahwa wajib pajak dapat dikatakan patuh apabila memenuhi semua syarat sebagai berikut.

1. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT),

2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak,
3. Laporan keuangan diaudit oleh akuntan publik atau lembaga pengawas keuangan pemerintah dengan pendapat wajar tanpa pengecualian selama 3 tahun berturut-turut,
4. Tidak pernah dipidana karena melakukan tindak pidana dibidang perpajakan berdasar keputusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 tahun terakhir.

Menurut Nurmantu dalam Widodo (2010) yang dikutip oleh Mir'atusholihah, Kumadji, dan Ismono (2014) terdapat dua macam kepatuhan yaitu :

1. Kepatuhan formal

Kepatuhan formal adalah suatu keadaan pada saat wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan secara formal sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan.

2. Kepatuhan material

Kepatuhan material adalah suatu keadaan ketika wajib pajak secara substantif/hakekat memenuhi semua ketentuan material perpajakan, yakni sesuai isi dan jiwa undang-undang perpajakan. Kepatuhan material dapat meliputi juga kepatuhan formal.

2.1.6 Pemahaman tentang Sistem Perpajakan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemahaman adalah proses, perbuatan, cara memahami atau menanamkan. Menurut Depdikbud (1994) dalam Po'oe, Amaliah, dan Tuli (2015), pemahaman merupakan suatu proses, cara memahami, cara mempelajari baik-baik supaya paham dan berpengetahuan banyak. Pemahaman wajib pajak tentang sistem perpajakan merupakan cara wajib pajak dalam mengetahui dan memahami peraturan perpajakan yang berlaku. Wajib pajak akan cenderung tidak patuh ketika ia tidak memahami peraturan perpajakan (Julianti, 2014 dalam Ananda, Kumadji, dan Husaini, 2015).

Pemahaman perpajakan meliputi mengisi Surat Pemberitahuan (SPT) secara baik dan benar, dalam hal ini harus ada pemahaman terkait cara pengisian Surat Pemberitahuan (SPT), menghitung besarnya jumlah pajak yang terhutang sesuai dengan ketentuan pajak yang ditetapkan, pembayaran atau penyetoran secara tepat waktu, dan melaporkan besarnya pajak terhutang di tempat wajib pajak terdaftar (Ekawati, 2008 dalam Ananda, Kumadji, dan Husaini, 2015).

2.1.7 Sosialisasi Perpajakan

Basalamah (2004) dalam Ananda, Kumadji, dan Husaini (2015) mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses seseorang mempelajari suatu nilai, norma, dan pola perilaku, yang diharapkan oleh kelompok sebagai suatu bentuk reformasi sehingga menjadi organisasi yang efektif. Bila dikaitkan dengan bidang

perpajakan, sosialisasi berarti suatu upaya Dirjen Jendral Pajak memberikan informasi dan pembinaan kepada wajib pajak mengenai segala sesuatu yang ada hubungannya dengan bidang perpajakan (Ananda, Kumadji, dan Husaini 2015).

Kegiatan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan dapat dilakukan dengan dua cara sebagai berikut (Herryanto dan Toly, 2013 dalam Widowati 2014) :

1. Sosialisasi langsung

Sosialisasi langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan dengan berinteraksi langsung dengan wajib pajak atau calon wajib pajak. Bentuk sosialisasi langsung yang pernah diadakan antara lain *early tax education*, *tax goes to school* atau *tax goes to campus*, klinik pajak, seminar, *workshop*, perlombaan pajak seperti cerdas cermat, debat, pidato perpajakan dan artikel.

2. Sosialisasi tidak langsung

Sosialisasi tidak langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat dengan tidak atau sedikit melakukan interaksi dengan peserta. Bentuk-bentuk sosialisasi tidak langsung dapat dibedakan berdasarkan medianya. Dengan media elektronik dapat berupa *talkshow* TV dan *talkshow radio*, sedangkan dengan media cetak berupa koran, majalah, tabloid, buku, brosur perpajakan, rubrik tanya jawab, penulisan artikel pajak, dan komik pajak.

2.1.8 Tarif Pajak

Tarif pajak adalah ketentuan persentase (%) atau jumlah (rupiah) pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak sesuai dengan dasar pajak atau objek pajak (Sudirman dan Amirudin, 2012 dalam Ananda, Kumadji, dan Husaini, 2015). Peranan pemerintah dalam menentukan kebijakan besarnya presentase tarif pajak tersebut sangatlah penting (Soemitro, 2004 dalam Mir'atusholihah, Kumadji, dan Ismono, 2014). Bagi pemerintah, tarif pajak yang besar dapat memudahkan memperoleh penerimaan Negara. Namun, bagi masyarakat selaku subjek pajak hal ini justru akan mengurangi kemampuan anggarannya dalam memenuhi kebutuhan (Mir'atusholihah, Kumadji, and Ismono, 2014).

Berdasarkan pola presentase pajak, tarif pajak dibagi menjadi 4 macam (Waluyo, 2010), antara lain :

1. Tarif pajak proposional/sebanding

Tarif pajak proposional yaitu tarif pajak berupa persentase tetap terhadap jumlah berapa pun yang menjadi dasar pengenaan pajak. contoh : dikenakan Pajak Pertambahan Nilai 10% atas penyerahan Barang Kena Pajak.

2. Tarif pajak tetap

Tarif pajak tetap adalah tarif berupa jumlah atau angkanya yang tetap (sama besarnya), tidak bergantung pada besarnya dasar pengenaan pajak. Oleh

karena itu, besarnya pajak yang terutang adalah tetap. Sebagai contoh : tarif bea materai.

3. Tarif pajak degresif

Tarif pajak degresif adalah persentase tarif pajak yang semakin menurun apabila jumlah yang menjadi dasar pengenaan pajak menjadi semakin besar. Contoh :

Dasar Pengenaan Pajak	Tarif	Pajak Teutang
Rp 20.000.000,00	10%	Rp 2.000.000,00
Rp 30.000.000,00	9%	Rp 2.700.000,00
Rp 50.000.000,00	8%	Rp 4.000.000,00
Rp 70.000.000,00	7%	Rp 4.900.000,00

4. Tarif pajak progresif

Tarif pajak progresif adalah tarif pajak yang persentasenya menjadi lebih besar apabila jumlah yang menjadi dasar pengenaannya semakin besar. Contoh : tarif Pajak Penghasilan Tahun Pajak 2009 yang berlaku di Indonesia untuk wajib pajak orang pribadi, yaitu :

- a. sampai dengan Rp 50.000.000,00 tarifnya 5%,
- b. di atas Rp 50.000.000,00 sampai dengan Rp 250.000.000,00 tarifnya 15%,
- c. di atas Rp 250.000.000,00 tarifnya 30%,
- d. di atas Rp 250.000.000,00 sampai dengan Rp 500.000.000,00 tarifnya 25%,

e. di atas Rp 500.000.000,00 tarifnya 30%.

2.1.9 Sanksi Perpajakan

Sanksi adalah suatu tindakan berupa hukuman yang diberikan kepada orang yang melanggar peraturan. Peraturan atau undang-undang merupakan rambu-rambu bagi seseorang untuk melakukan sesuatu mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang seharusnya tidak dilakukan (Dewi dan Setiawan 2016). Sanksi diperlukan agar peraturan atau undang-undang tidak dilanggar (Putra, Handayani, dan Topowijono, 2014). Mardiasmo (2009) dalam Putra, Handayani, dan Topowijono (2014) menyatakan bahwa sanksi pajak merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ditaati/dipatuhi, atau dapat dikatakan bahwa sanksi perpajakan merupakan alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan.

Menurut Winerungan (2013) dalam Widowati (2014), penerapan sanksi perpajakan diberlakukan untuk menciptakan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Itu sebabnya, penting bagi wajib pajak memahami sanksi-sanksi perpajakan sehingga mengetahui konsekuensi hukum dari apa yang dilakukan ataupun tidak dilakukan. Semakin tinggi atau beratnya sanksi, maka akan semakin merugikan wajib pajak.

Sanksi pajak dibagi menjadi dua macam yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana. Sanksi administrasi berkaitan dengan pemberian bunga, denda, atau kenaikan,

serta sanksi pidana berupa hukuman kurungan dan hukuman penjara (Rahayu, 2010 dalam Kusuma dan Supadmi 2016).

2.2 Hipotesis Penelitian

2.2.1 Pemahaman tentang Sistem Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Theory of Planned Behavior merupakan teori yang menjelaskan bahwa sebuah perilaku yang dilakukan individu yang muncul karena adanya niat untuk bertindak atau berperilaku. Niat untuk berperilaku itu sendiri disebabkan karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhinya. Salah satunya adalah *control beliefs*, merupakan keyakinan tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut. Pemahaman wajib pajak tentang sistem perpajakan merupakan salah satu faktor *control beliefs*. Pemahaman wajib pajak mengenai peraturan berkaitan dengan persepsi wajib pajak dalam menentukan perilakunya dalam kesadaran membayar pajak. Semakin tinggi pemahaman wajib pajak mengenai peraturan maka wajib pajak dapat menentukan perilakunya dengan lebih baik dan sesuai ketentuan perpajakan. Namun, jika wajib pajak tidak memiliki pemahaman terhadap aturan pajak maka akan menghambat wajib pajak dalam menentukan perilakunya.

Susherdianto dan Haryanto (2012) menyatakan bahwa apabila pemahaman wajib pajak mengenai peraturan kurang maka akan cenderung tidak patuh untuk membayar pajak. Sebaliknya, apabila wajib pajak paham tentang peraturan akan cenderung patuh untuk membayar. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Ananda, Kumadji, dan Husaini (2015) yang menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, penelitian dari Danarsi, Nurlaela, dan Subroto (2017) menunjukkan hasil yang berbeda dimana pemahaman tentang sistem perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang belum konsisten, maka diajukan hipotesis pertama sebagai berikut :

H₁ : Pemahaman tentang Sistem Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame

2.2.2 Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa sebuah perilaku yang dilakukan individu yang muncul karena adanya niat untuk bertindak atau berperilaku. Niat untuk berperilaku itu sendiri disebabkan karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhinya. Salah satunya adalah *normative beliefs*, dimana dorongan atau motivasi dalam diri seseorang berasal dari orang lain sehingga akan mempengaruhi perilaku orang tersebut. Sosialisasi perpajakan merupakan salah satu faktor *normative beliefs*. Penyelenggaraan sosialisasi pajak yang efektif dan cara penyampaian

informasi yang yang tepat ketika sosialisasi berlangsung dapat menumbuhkan motivasi bagi masyarakat untuk patuh dan mau memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak.

Menurut Ananda dkk (2015) dalam Julianto (2017) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat wawasan dan semakin baik tingkat pemahaman seseorang melalui sosialisasi akan berdampak meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ananda, Kumadji, dan Husaini (2015) yang menyimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, dalam penelitian Oktaviane Lidya Winerungan (2013) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang belum konsisten, maka diajukan hipotesis kedua sebagai berikut :

H₂ : Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame

2.2.3 Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Teori Atribusi merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang. Teori ini menjelaskan bahwa suatu perilaku dapat disebabkan karena adanya faktor internal atau eksternal. Perilaku yang disebabkan secara eksternal merupakan perilaku yang disebabkan karena adanya pengaruh yang berasal dari luar, yaitu suatu individu

terpaksa berperilaku karena sebuah situasi, seperti adanya pengaruh dari orang lain (Ruslli dan Hadiprajitno, 2014). Salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku individu terhadap pajak adalah tarif pajak. Tarif pajak merupakan pengaruh eksternal yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya untuk membayar pajak.

Menurut Tatiana dan Hari (2009) dalam Rachmawati (2015), menyatakan bahwa wajib pajak mau membayar pajak apabila jumlah pajak yang harus dibayar tidak memberatkan atau menyulitkan wajib pajak, artinya apabila jumlah tarif pajak yang berlaku tidak terlalu tinggi maka wajib pajak justru akan lebih patuh untuk membayar pajak. Hal ini didukung oleh penelitian dari Mir'atusholihah, Kumadji, dan Ismono (2014) yang menunjukkan bahwa tarif pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, Ananda, Kumadji, dan Husaini (2015) menunjukkan hal berbeda bahwa tarif pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang belum konsisten, maka diajukan hipotesis ketiga sebagai berikut :

H₃ : Tarif Pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame

2.2.4 Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Teori Atribusi merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang. Teori ini menjelaskan bahwa suatu perilaku dapat disebabkan karena adanya faktor

internal atau eksternal. Perilaku yang disebabkan secara eksternal merupakan perilaku yang disebabkan karena adanya pengaruh yang berasal dari luar, yaitu suatu individu terpaksa berperilaku karena sebuah situasi, seperti adanya pengaruh dari orang lain (Ruslli dan Hadiprajitno, 2014). Salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang terhadap pajak adalah sanksi perpajakan. Adanya sanksi pajak dapat mempengaruhi tingkat kesadaran wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Menurut Jatmiko (2006) dalam Widowati (2014), wajib pajak akan memenuhi kewajiban perpajakannya bila memandang bahwa sanksi perpajakan dapat merugikannya. Wajib pajak yang sengaja tidak membayar pajak akan dikenakan sanksi yang berlaku. Semakin besar jumlah pelanggaran yang dilakukan oleh wajib pajak, maka semakin berat sanksi pajak yang akan diterima. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Utama (2013) yang mengungkapkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif signifikan pada kepatuhan wajib pajak. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Winerungan (2013) menunjukkan bahwa sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang belum konsisten, maka diajukan hipotesis keempat sebagai berikut :

H₄ : Sanksi Perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame

2.3 Hasil Penelitian Terdahulu

Sebagai tolak ukur dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, Tabel 2.1 menunjukkan hasil-hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan perpajakannya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian Terdahulu	Variabel	Hasil
1.	Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Manado dan KPP Bitung (2013) Oleh : Oktaviane Lidya Winerungan	<u>Dependen :</u> Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi <u>Independen :</u> a. Sosialisasi Perpajakan b. Pelayanan Fiskus c. Sanksi Perpajakan	Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi ▪ Pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi ▪ Sanksi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi
2.	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada UMKM yang Terdaftar sebagai Wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu) (2015)	<u>Dependen :</u> Kepatuhan Wajib Pajak <u>Independen :</u> a. Sosialisasi Perpajakan b. Tarif Pajak c. Pemahaman Perpajakan	Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak ▪ Tarif pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

No.	Penelitian Terdahulu	Variabel	Hasil
	<p><u>Oleh :</u> Pasca Rizki Dwi Ananda, Srikandi Kumadji, dan Achmad Husaini</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pemahaman perpajakan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak
3.	<p>Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, dan Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak UMKM di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara) (2015)</p> <p><u>Oleh :</u> Mir'atusholihah, Srikandi Kumadji, dan Bambang Ismono</p>	<p><u>Dependen :</u> Kepatuhan Wajib Pajak</p> <p><u>Independen :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> a. Pengetahuan Perpajakan b. Kualitas Pelayanan Fiskus c. Tarif Pajak 	<p>Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak ▪ Kualitas pelayanan fiskus berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak ▪ Tarif pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak
4.	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, dan Biaya Kepatuhan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (2013)</p> <p><u>Oleh :</u> I Wayan Mustika Utama</p>	<p><u>Dependen :</u> Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak</p> <p><u>Independen :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> a. Kualitas Pelayanan b. Sanksi Perpajakan c. Biaya Kepatuhan 	<p>Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak ▪ Sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak ▪ Biaya kepatuhan berpengaruh negatif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak
5.	<p>Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak</p>	<p><u>Dependen :</u> Kepatuhan Membayar Pajak</p>	<p>Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut.</p>

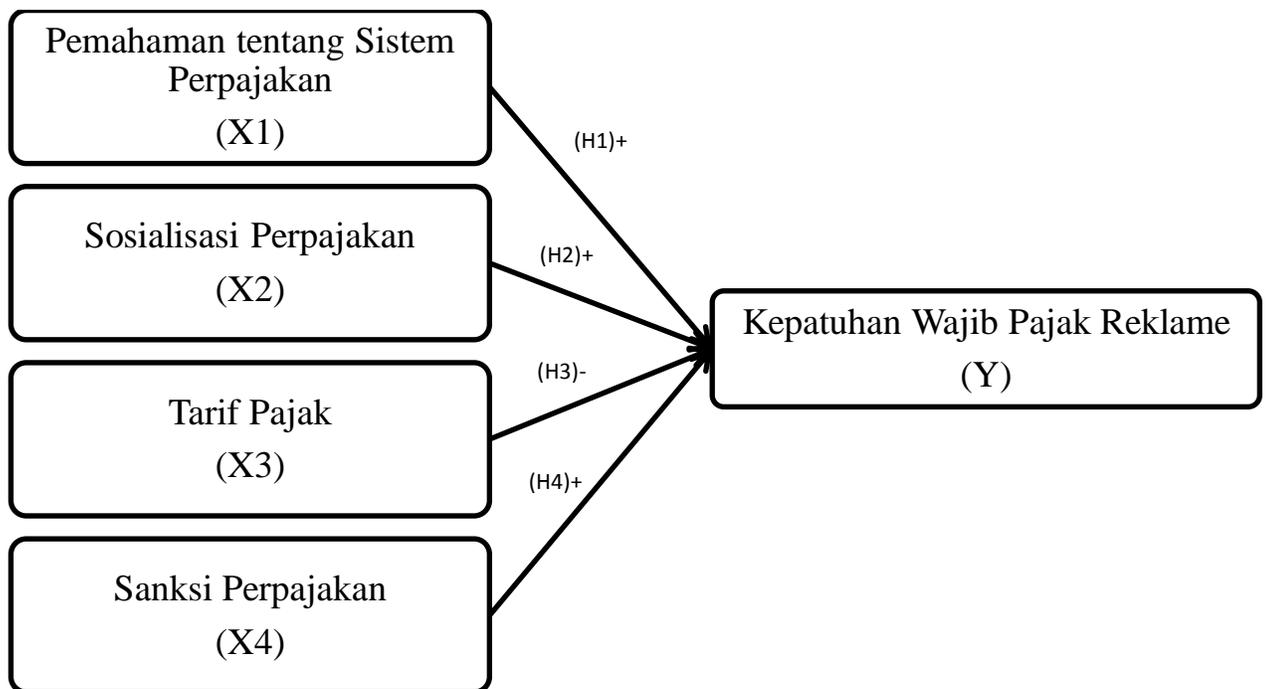
No.	Penelitian Terdahulu	Variabel	Hasil
	<p>dalam Membayar Pajak Mobil dengan Diberlakukannya Pajak Progresif di Kota Surakarta (2017)</p> <p><u>Oleh :</u> Danarsi, Siti Nurlaela, dan Hendro Subroto</p>	<p><u>Independen :</u></p> <p>a. Pemahaman b. Tarif Pajak c. Kualitas Pelayanan d. Kesadaran Perpajakan e. Sanksi Perpajakan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman tentang sistem perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak • Kesadaran perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak • Tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak • Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak • Sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian di atas, gambaran menyeluruh tentang pemahaman peraturan perpajakan, kondisi keuangan perusahaan, sosialisasi perpajakan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame yang merupakan kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Variabel Independen

Variabel Dependen



Gambar 2.1 Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua wajib pajak reklame yang terdaftar di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta. Sedangkan, sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*, yaitu sampel dipilih dengan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Wajib pajak reklame yang terdaftar di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta pada tahun 2016-2017.
2. Wajib pajak reklame yang tergolong dalam kategori wajib pajak permanen.
3. Wajib pajak merupakan perusahaan jasa periklanan.

3.2 Data dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ini didapat melalui pembagian kuesioner yang dibagikan oleh peneliti kepada para penyelenggara reklame sebagai responden dalam penelitian ini.

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Dependen

Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan pajak reklame (Y). Menurut Safri Nurmantu yang dikutip oleh Rahayu (2010) dalam Lianty, Hapsari, dan Kurnia (2017), kepatuhan wajib pajak adalah suatu keadaan di mana wajib pajak memenuhi seluruh kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya.

Variabel kepatuhan wajib pajak reklame diukur dengan menggunakan skala ordinal dengan teknik pengukuran skala *Likert*. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan dari kuesioner yang dibagikan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah tertentu, yaitu skala 1 (Sangat Tidak Setuju Sekali) sebagai skor terendah sampai dengan 6 (Sangat Setuju Sekali) sebagai skor tertinggi. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepatuhan wajib pajak merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Winerungan (2013) dan Ruslli & Hadiprajitno (2014) yaitu :

1. Selalu membayar pajak tepat waktu,
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak,
3. Selalu mengisi formulir pajak dengan benar dan melaporkannya tepat waktu,

4. Selalu menghitung dan membayar pajak yang ditanggung dengan jumlah yang benar,
5. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindakan pidana di bidang perpajakan.

3.3.2 Variabel Independen

3.3.2.1 Pemahaman tentang Sistem Perpajakan

Menurut Hardiningsih (2011) dalam Suserdianto dan Haryanto (2012), pemahaman tentang sistem perpajakan adalah cara wajib pajak dalam memahami atau mengerti peraturan pajak yang berlaku. Wajib pajak tidak patuh ketika tidak paham tentang peraturan perpajakan.

Variabel pemahaman tentang sistem perpajakan diukur dengan menggunakan skala ordinal dengan teknik pengukuran skala *Likert*. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan dari kuesioner yang dibagikan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah tertentu, yaitu skala 1 (Sangat Tidak Setuju Sekali) sebagai skor terendah sampai dengan 6 (Sangat Setuju Sekali) sebagai skor tertinggi. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pemahaman tentang sistem perpajakan merujuk pada penelitian Ekawati (2008) dalam Julianto (2017) yang terdiri dari :

1. Memahami cara pengisian SPT,
2. Memahami cara menghitung pajak terhutang,

3. Tepat waktu dalam membayar,
4. Melaporkan pajak terhutang di tempat wajib pajak terdaftar.

3.3.2.2 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya dan proses memberikan informasi tentang perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat, pengusaha, aparat, serta lembaga pemerintah maupun non pemerintah agar terdorong untuk paham, sadar, peduli, serta ikut berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan (Surat Edaran Direktur Jendral Pajak No. SE-98/PJ/2011 dalam Lianty, Hapsari, dan Kurnia, 2017).

Variabel sosialisasi perpajakan diukur dengan menggunakan skala ordinal dengan teknik pengukuran skala *Likert*. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan dari kuesioner yang dibagikan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah tertentu, yaitu skala 1 (Sangat Tidak Setuju Sekali) sebagai skor terendah sampai dengan 6 (Sangat Setuju Sekali) sebagai skor tertinggi. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel sosialisasi perpajakan merujuk pada penelitian Winerungan (2013) dalam Julianto (2017) yang terdiri dari :

1. Seringnya wajib pajak mengikuti sosialisasi,
2. Pengarahan,
3. Diskusi langsung antara *fiskus* dengan wajib pajak dan masyarakat,

4. Petugas memberikan informasi langsung kepada wajib pajak,
5. Pemasangan papan reklame atau *billboard* pada tempat-tempat strategis,
6. *Internet (website Dirjen Pajak)*.

3.3.2.3 Tarif Pajak

Pajak dipungut berdasarkan tarif yang telah ditetapkan. Tarif pajak merupakan ukuran atau standar pemungutan pajak (Rachmawati, 2015). Variabel tarif pajak diukur dengan menggunakan skala ordinal dengan teknik pengukuran skala *Likert*. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan dari kuesioner yang dibagikan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah tertentu, yaitu skala 1 (Sangat Tidak Setuju Sekali) sebagai skor terendah sampai dengan 6 (Sangat Setuju Sekali) sebagai skor tertinggi. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tarif pajak merujuk pada penelitian Rachmawati (2015) yaitu :

1. Tingkat ketidakadilan yang dirasakan oleh wajib pajak dalam penerapan tarif pajak,
2. Kecenderungan wajib pajak untuk menggunakan tarif pajak yang berlaku,
3. Kecenderungan wajib pajak untuk mengikuti perkembangan dan perubahan tarif pajak.

3.3.2.4 Sanksi Perpajakan

Menurut Mardiasmo (2011) dalam Susilawati dan Budiarta (2013), sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/dipatuhi, dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegahan (*preventif*) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan.

Variabel sanksi perpajakan diukur dengan menggunakan skala ordinal dengan teknik pengukuran skala *Likert*. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan dari kuesioner yang dibagikan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah tertentu, yaitu skala 1 (Sangat Tidak Setuju Sekali) sebagai skor terendah sampai dengan 6 (Sangat Setuju Sekali) sebagai skor tertinggi. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel sanksi perpajakan merujuk pada penelitian Masruroh (2013) dalam Ruslli dan Hadiprajitno (2014) yaitu :

1. Sanksi pidana yang dikenakan bagi pelanggar aturan pajak cukup berat,
2. Sanksi administrasi yang dikenakan bagi pelanggar aturan pajak sangat ringan,
3. Pengenaan sanksi yang cukup berat merupakan salah satu sarana mendidik wajib pajak,
4. Sanksi pajak harus dikenakan pada pelanggarnya tanpa toleransi.

3.4 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner (Angket)

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden adalah berbentuk kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner bersifat tertutup yang sudah disediakan jawabannya.

Dalam melakukan pengukuran atas jawaban dari kuesioner yang diajukan kepada responden, skala yang digunakan adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Responden akan diberikan pilihan jawaban dari beberapa pertanyaan dengan pilihan jawaban yang terbagi menjadi 6 poin yaitu Sangat Setuju Sekali (SSS), Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) dan Sangat Tidak Setuju Sekali (STSS). Tiap poin jawaban tersebut memiliki nilai dengan skala 6 sebagai skor tertinggi dan skala 1

sebagai skor terendah. Pilihan jawaban tersebut akan dibuat dalam bentuk *checklist*.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengumpulkan dan mempelajari berbagai teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan masalah yang diteliti melalui berbagai macam bacaan seperti buku-buku, jurnal, dan bahan bacaan yang relevan lainnya.

3.5 Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, dan Uji Hipotesis dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)*.

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan metode analisis data statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi data responden yang diperoleh dari kuesioner serta penjelasannya sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Statistik deskriptif umumnya digunakan untuk memberikan informasi karakteristik variabel penelitian yang utama dan data demografi responden. Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, dan minimum (Ghozali 2013).

3.5.2 Uji Kualitas Data

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrument penelitian dapat dievaluasi melalui dua uji, yaitu uji validitas dan uji realibilitas.

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006 dalam Rachmawati 2015). Maksud pengujian ini adalah untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang telah dibuat dapat mengukur apa yang hendak kita analisis. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor tiap-tiap item dan skor totalnya (Rachmawati, 2015). Pengujian validitas kuesioner dilakukan menggunakan *software Statistical Package for Social Science (SPSS)*.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban terhadap pertanyaan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menghitung item total *correlation* masing-masing indikator dan koefisien *cronbach'alpha* dari tiap indikator. Aturan umum yang dipakai *cronbach'alpha* $\geq 0,60$ sudah mencerminkan bahwa suatu indikator dikatakan reliable

(Ghozali, 2006 dalam Rachmawati 2015). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan *software Statistical Package for Social Science (SPSS)*.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah terlebih dahulu. Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2001). Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah dengan melihat grafik histogram dan *Normal Probability Plot*. Selain itu, uji normalitas juga dilakukan dengan *Kolmogorovv Smirnov Test* (Ghozali, 2013). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorovv Smirnov Test*, data dapat dikatakan distribusi tidak normal pada tingkatan signifikansi 0,01 dan dapat dikatakan terdistribusi normal apabila tingkat signifikansi lebih dari 0,05 (5%).

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variable independen (Ghozali, 2006 dalam Rachmawati 2015). Untuk menguji ada atau tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi dilakukan dengan menggunakan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *Tolerance*. Multikolinearitas terjadi jika VIF lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,1 (Ghozali 2013).

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2006 dalam Rachmawati 2015).

Uji heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan menggunakan Uji *Glejser*. Jika diperoleh nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas.

3.5.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi adalah suatu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur ada tidaknya korelasi antar variabel dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Rachmawati 2015). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Di mana :

Y	= Kepatuhan Wajib Pajak Reklame
a	= Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄	= Koefisien Regresi
X ₁	= Pemahaman tentang Sistem Perpajakan
X ₂	= Sosialisasi Perpajakan
X ₃	= Tarif Pajak
X ₄	= Sanksi Perpajakan
e	= Variabel Pengganggu

3.5.5 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2006 dalam Rachmawati, 2015). Tujuan uji t adalah untuk menguji koefisien regresi secara

individual. Pengujian ini menggunakan uji t dengan melihat apakah nilai koefisien yang diperoleh berbeda secara signifikan atau tidak antara P-value dan α pada tingkat keyakinan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Melihat koefisien regresi untuk menentukan arah hipotesis positif atau negatif.
2. Jika P-value (sig.) $\leq \alpha$ maka menolak H_0 , menerima H_a
Jika P-value (sig.) $> \alpha$ maka menerima H_0 , menolak H_a

3.5.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variabel terikat (dependen) sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

3.6 Hipotesis Operasional

Hipotesis operasional yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.6.1 Pemahaman tentang Sistem Perpajakan

$H_{01} : \beta_1 \leq 0$ Pemahaman tentang sistem perpajakan tidak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

$H_{a1} : \beta_1 > 0$ Pemahaman tentang sistem perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

3.6.2 Sosialisasi Perpajakan

$H_{02} : \beta_2 \leq 0$ Sosialisasi Perpajakan tidak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

$H_{a2} : \beta_2 > 0$ Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

3.6.3 Tarif Pajak

$H_{03} : \beta_3 \geq 0$ Tarif Pajak tidak berpengaruh negatif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

$H_{a3} : \beta_3 < 0$ Tarif Pajak berpengaruh negatif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

3.6.4 Sanksi Perpajakan

$H_{04} : \beta_4 \leq 0$ Sanksi Perpajakan tidak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

$H_{a4} : \beta_4 > 0$ Sanksi Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berikut akan diuraikan hasil penelitian mengenai Analisis Determinasi pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame yang Terdaftar di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner yang telah disebarkan sebelumnya. Hasil dari jawaban responden ini akan menjadi informasi dalam menjawab permasalahan yang telah dibahas pada bab sebelumnya.

Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, serta kepentingan pengujian hipotesis maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Analisis Regresi Berganda.

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara langsung dengan cara menunggu responden saat pengisian kuesioner dan langsung dikumpulkan, ditinggal, serta melalui *e-mail*. Responden dalam penelitian ini adalah perusahaan jasa periklanan yang juga merupakan wajib pajak reklame yang terdaftar di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 108. Berikut ini adalah hasil pengumpulan data kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel 4.1 :

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Kuesioner yang disebar	108	100%
2	Kuesioner yang kembali	104	96%
3	Kuesioner yang tidak kembali	4	4%
4	Kuesioner yang dapat diolah	104	96%

Sumber : Hasil olah data primer, 2018.

Dari tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah kuesioner yang disebar adalah 108 kuesioner dan terdapat sebanyak 104 kuesioner yang kembali atau dengan tingkat pengembalian sebesar 96%. Sehingga jumlah kuesioner yang dapat diolah adalah 104 kuesioner. Data yang telah terkumpul diedit (*editing*), diberi kode (*coding*), dan ditabulasikan (*tabulating*). Untuk selanjutnya data dianalisis dengan bantuan program statistik komputer SPSS 23.0.

4.2 Analisis Deskriptif

Deskripsi responden digunakan untuk melihat latar belakang responden sebelum dilakukan penelitian sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 104 responden, maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden sebagai berikut.

4.2.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kepemilikan Usaha

Karakteristik responden berdasarkan jenis kepemilikan dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2 Jenis Kepemilikan Usaha

Data Deskriptif	Jumlah	Persentase
Perseorangan	54	52%
Badan	50	48%
Total	104	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki jenis kepemilikan usaha perseorangan yaitu sebesar 54 responden atau 52% dan yang memiliki jenis kepemilikan usaha badan berjumlah sebesar 50 responden atau 48%.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dapat dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Berikut ini disajikan hasil analisis statistik deskriptif variabel penelitian ini pada tabel 4.3 :

Tabel 4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemahaman tentang Sistem Perpajakan (X1)	104	3.00	6.00	4.3932	.60565
Sosialisasi Perpajakan (X2)	104	2.89	5.67	4.0866	.52024
Tarif Pajak (X3)	104	1.00	4.00	2.9968	.58867
Sanksi Perpajakan (X4)	104	2.00	5.33	4.0079	.55987
Kepatuhan Wajib Pajak Reklame (Y)	104	2.80	5.80	4.1788	.53092
Valid N (listwise)					

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan N atau jumlah data yang diteliti sebanyak 104 sampel. Variabel pemahaman tentang sistem perpajakan (X1) dari 104 responden mempunyai nilai rata-rata (mean) sebesar 4,3932 dengan nilai terendah (minimum) sebesar 3 yang dan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 6. Dari nilai tersebut dapat dipahami bahwa pemahaman wajib pajak tentang sistem pajak yang berlaku dari segi cara pengisian Surat Pemberitahuan Pajak Daerah, pemahaman tentang tarif, cara mendaftar, menghitung, dan membayar pajak yang ditanggung sudah cukup baik. Nilai standar deviasi menunjukkan sebesar 0,60565, semakin jauh dari nilai 0 jawaban responden akan semakin lebih bervariasi.

Variabel sosialisasi perpajakan (X2) dari 104 responden mempunyai nilai rata-rata (mean) sebesar 4,0866 dengan nilai terendah (minimum) sebesar 3 dan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 6. Dari nilai tersebut dapat dipahami bahwa sosialisasi yang diselenggarakan sudah cukup baik dan efektif, serta dengan adanya sosialisasi dan penjelasan dari petugas pajak mampu membantu wajib pajak mendapatkan penjelasan dan pemahaman dengan baik dan jelas. Nilai standar deviasi menunjukkan sebesar 0,52024, semakin jauh dari nilai 0 jawaban responden akan semakin lebih bervariasi.

Variabel tarif pajak (X3) dari 104 responden mempunyai nilai rata-rata (mean) sebesar 2,9968 dengan nilai terendah (minimum) sebesar 1 dan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 4. Dari nilai tersebut dapat dipahami bahwa tarif yang berlaku saat ini sudah menganut asas keadilan, wajib pajak juga menggunakan tarif pajak

sesuai peraturan yang berlaku, serta wajib pajak selalu mengikuti informasi jika terjadi perubahan mengenai tarif pajak yang berlaku. Nilai standar deviasi menunjukkan sebesar 0,58867, semakin jauh dari nilai 0 jawaban responden akan semakin lebih bervariasi.

Variabel sanksi perpajakan (X4) dari 104 responden mempunyai nilai rata-rata (mean) sebesar 4,0079 dengan nilai terendah (minimum) sebesar 2 dan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 5. Dari nilai tersebut dapat dipahami bahwa penerapan sanksi yang berlaku sudah cukup wajar dan memberatkan, serta wajib pajak terdorong untuk membayar pajak karena adanya sanksi. Nilai standar deviasi menunjukkan sebesar 0,55987, semakin jauh dari nilai 0 jawaban responden akan semakin lebih bervariasi.

Variabel kepatuhan wajib pajak (Y) dari 104 responden mempunyai nilai rata-rata (mean) sebesar 4,1788 dengan nilai terendah (minimum) sebesar 3 dan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 6. Dari nilai tersebut dapat dipahami bahwa wajib pajak cenderung tidak memiliki tunggakan serta tepat waktu dalam membayar pajak. Selain itu, wajib pajak selalu mengisi SPTPD sesuai ketentuan dan melaporkannya tepat waktu. Nilai standar deviasi menunjukkan sebesar 0,53092, semakin jauh dari nilai 0 jawaban responden akan semakin lebih bervariasi.

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2006 dalam Rachmawati 2015). Untuk menguji valid atau tidaknya pernyataan yang diajukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel.

1. Apabila r hitung $>$ r tabel maka pernyataan valid.
2. Apabila r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tidak valid.

Berikut ini merupakan hasil pengujian validitas instrumen penelitian yang disajikan dalam tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pemahaman tentang Sistem Perpajakan (X1)	X1.1	0.482	0.193	Valid
	X1.2	0.806	0.193	Valid
	X1.3	0.804	0.193	Valid
	X1.4	0.787	0.193	Valid
	X1.5	0.822	0.193	Valid
	X1.6	0.756	0.193	Valid
	X1.7	0.801	0.193	Valid
Sosialisasi Perpajakan (X2)	X2.1	0.640	0.193	Valid
	X2.2	0.699	0.193	Valid
	X2.3	0.684	0.193	Valid
	X2.4	0.724	0.193	Valid
	X2.5	0.591	0.193	Valid
	X2.6	0.697	0.193	Valid
	X2.7	0.747	0.193	Valid
	X2.8	0.699	0.193	Valid
	X2.9	0.536	0.193	Valid
Tarif Pajak (X3)	X3.1	0.775	0.193	Valid

Variabel	Item	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
	X3.2	0.724	0.193	Valid
	X3.3	0.827	0.193	Valid
Sanksi Perpajakan (X4)	X4.1	0.764	0.193	Valid
	X4.2	0.633	0.193	Valid
	X4.3	0.701	0.193	Valid
	X4.4	0.591	0.193	Valid
	X4.5	0.719	0.193	Valid
	X4.6	0.687	0.193	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak Reklame (Y)	Y1	0.811	0.193	Valid
	Y2	0.674	0.193	Valid
	Y3	0.755	0.193	Valid
	Y4	0.766	0.193	Valid
	Y5	0.757	0.193	Valid

Sumber : Output SPSS 23

Berdasarkan hasil tabel 4.4 tersebut dapat dijelaskan bahwa r hitung $>$ r tabel (0,193), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner variabel Pemahaman tentang Sistem Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Perpajakan adalah valid. Sedangkan uji validitas variabel Kepatuhan Wajib Pajak Reklame dapat dijelaskan bahwa r hitung $>$ r tabel (0,193), sehingga seluruh item pertanyaan dalam kuesioner variabel Kepatuhan Wajib Pajak Reklame adalah valid.

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabel dan tidak dapat diukur dengan melihat koefisien *cronbach'alpha*. Jika nilai *cronbach'alpha* \geq 0,60 variabel dikatakan reliabel, sebaliknya jika nilai *cronbach'alpha* $<$ 0,60 variabel dikatakan tidak reliabel. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas instrument variabel Pemahaman Tentang Sistem

Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	N of item	Keterangan
Pemahaman tentang Sistem Perpajakan (X1)	0.872	$\geq 0,60$	7	Reliabel
Sosialisasi Perpajakan (X2)	0.845	$\geq 0,60$	9	Reliabel
Tarif Pajak (X3)	0.666	$\geq 0,60$	3	Reliabel
Sanksi Perpajakan (X4)	0.764	$\geq 0,60$	6	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak Reklame (Y)	0.808	$\geq 0,60$	5	Reliabel

Sumber : Output SPSS 23

Berdasarkan hasil tabel 4.5 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel yaitu variabel Pemahaman tentang Sistem Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Kepatuhan Wajib Pajak Reklame ternyata diperoleh nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa hasil keseluruhan item pernyataan dalam kuesioner variabel adalah reliabel.

4.5 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2001). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorovv Smirnov Test* dimana

data dapat dikatakan terdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$. Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

Sig.	Level of Significant	Keterangan
0,120	0,05	Berdistribusi Normal

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test* dapat dilihat bahwa nilai signifikan (0,120) lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2006 dalam Rachmawati 2015). Untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *Tolerance*. Apabila nilai VIF < 10 dan *Tolerance* $> 0,1$, maka disimpulkan tidak ada multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF yang disajikan pada tabel 4.7 :

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Pemahaman tentang Sistem Perpajakan (X1)	0,815	1,227	Tidak Ada Multikolinearitas
Sosialisasi Perpajakan (X2)	0,720	1,390	Tidak Ada Multikolinearitas
Tarif Pajak (X3)	0,840	1,190	Tidak Ada Multikolinearitas
Sanksi Perpajakan (X4)	0,691	1,447	Tidak Ada Multikolinearitas

Sumber : Output SPSS 23.

Berdasarkan hasil tabel uji multikolinearitas di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pemahaman tentang Sistem Perpajakan (X1) mempunyai nilai *Tolerance* 0,815 > 0,1 dan nilai VIF 1,227 < 10 sehingga bebas dari Multikolinearitas.
2. Sosialisasi Perpajakan (X2) mempunyai nilai *Tolerance* 0,720 > 0,1 dan nilai VIF 1,390 < 10 sehingga bebas dari Multikolinearitas.
3. Tarif Pajak (X3) mempunyai nilai *Tolerance* 0,840 > 0,1 dan nilai VIF 1,190 < 10 sehingga bebas dari Multikolinearitas.
4. Sanksi Perpajakan (X4) mempunyai nilai *Tolerance* 0,691 > 0,1 dan nilai VIF 1,447 < 10 sehingga bebas dari Multikolinearitas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan menggunakan Uji *Glejser*

yaitu dengan meregresikan semua independen dari model regresi dengan nilai mutlak residualnya. Jika variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen maka indikasi terdapat masalah heteroskedastisitas. Caranya dengan melihat nilai signifikan $> 0,05$, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali 2013). Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat di tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Pemahaman tentang Sistem Perpajakan (X1)	0,069	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Sosialisasi Perpajakan (X2)	0,133	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Tarif Pajak (X3)	0,256	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Sanksi Perpajakan (X4)	0,544	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Output SPSS 23.

Berdasarkan hasil tabel 4.8 dengan menggunakan Uji *Glejser*, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pemahaman tentang Sistem Perpajakan mempunyai hasil bahwa nilai signifikan $0,069 > 0,05$ sehingga semua variabel terbebas dari Heteroskedastisitas.
2. Sosialisasi Perpajakan mempunyai hasil bahwa nilai signifikan $0,133 > 0,05$ sehingga semua variabel terbebas dari Heteroskedastisitas.
3. Tarif Pajak mempunyai hasil bahwa nilai signifikan $0,256 > 0,05$ sehingga semua variabel terbebas dari Heteroskedastisitas.

4. Sanksi Perpajakan mempunyai hasil bahwa nilai signifikan $0,544 > 0,05$ sehingga semua variabel terbebas dari Heteroskedastisitas.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dalam penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda, yaitu analisis untuk lebih dari satu variabel independen sebagai berikut :

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

Berikut ini merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan program SPSS 23 disajikan pada tabel 4.9 :

Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B
(Constant)	1,684
Pemahaman tentang Sistem Perpajakan (X1)	0,291
Sosialisasi Perpajakan (X2)	0,236
Tarif Pajak (X3)	-0,205
Sanksi Perpajakan (X4)	0,216

Sumber : Output SPSS 23.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *software* SPSS 23.0 maka diperoleh hasil persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,684 + 0,291X_1 + 0,236X_2 - 0,205X_3 + 0,216X_4$$

Y	= Kepatuhan Wajib Pajak Reklame
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4	= Koefisien Regresi
X_1	= Pemahaman tentang Sistem Perpajakan
X_2	= Sosialisasi Perpajakan
X_3	= Tarif Pajak
X_4	= Sanksi Perpajakan

Dari persamaan di atas menunjukkan pengaruh pemahaman tentang sistem perpajakan, sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Berikut merupakan arti dari persamaan koefisien regresi tersebut :

1. Koefisien regresi Pemahaman tentang Sistem Perpajakan $X_1 = 0,291$, bernilai positif, artinya semakin baik pemahaman wajib pajak tentang sistem perpajakan akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.
2. Koefisien regresi Sosialisasi Perpajakan $X_2 = 0,236$, bernilai positif, artinya semakin sosialisasi tentang pajak diselenggarakan dengan baik dan efektif akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.
3. Koefisien regresi Tarif pajak $X_3 = -0,205$, bernilai negatif, artinya semakin tinggi tarif pajak yang berlaku akan menurunkan tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.

4. Koefisien regresi Sanksi Perpajakan $X_4 = 0,216$, bernilai positif, artinya semakin baik sanksi pajak yang berlaku akan meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.

4.6.2 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengukur apakah variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006 dalam Rachmawati 2015). Pengujian ini menggunakan uji t dengan melihat apakah nilai koefisien yang diperoleh berbeda secara signifikan atau tidak dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.10 Hasil Uji t

Variabel	Sig.	α	Kesimpulan
Pemahaman tentang Sistem Perpajakan (X1)	0,000	0,05	Hipotesis Didukung
Sosialisasi Perpajakan (X2)	0,006	0,05	Hipotesis Didukung
Tarif Pajak (X3)	0,003	0,05	Hipotesis Didukung
Sanksi Perpajakan (X4)	0,007	0,05	Hipotesis Didukung

Sumber : Output SPSS 23.

Berdasarkan hasil tabel uji t di atas dapat dinyatakan bahwa :

- a) Pemahaman tentang Sistem Perpajakan (X_1) memiliki nilai sig. $0,000 \leq 0,05$ artinya H_{01} ditolak dan H_{a1} sehingga hipotesis didukung data. Hal ini

menunjukkan bahwa variabel Pemahaman tentang Sistem Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.

- b) Sosialisasi Perpajakan memiliki nilai sig. $0,006 \leq 0,05$ artinya H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima sehingga hipotesis didukung data. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.
- c) Tarif Pajak memiliki nilai sig. $0,003 \leq 0,05$ artinya H_{03} ditolak dan H_3 diterima sehingga hipotesis didukung data. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Tarif Pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.
- d) Sanksi Perpajakan memiliki nilai sig. $0,007 \leq 0,05$ artinya H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima sehingga hipotesis didukung data. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sanksi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.

4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan hasilnya disajikan pada tabel 4.11 berikut ini :

Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	0,724	0,524

Sumber : Output SPSS 23.

Dari tabel 4.11 dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,524 yang berarti bahwa variabel-variabel independen mampu menerangkan kepatuhan wajib pajak reklame sebesar 52,4%. Sedangkan sisanya sebesar 47,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4.7 Pembahasan

Penelitian ini merupakan penelitian yang menganalisis mengenai pengaruh pemahaman tentang sistem perpajakan, sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame.

4.7.1 Pengaruh Pemahaman tentang Sistem Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Signifikan ($0,000 \leq Level\ of\ Significant$ (0,05), maka H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman tentang sistem perpajakan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ananda, Kumadji, dan Husaini (2015) yang menyatakan pemahaman perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai *p-value* sebesar 0,040 lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa dengan semakin meningkatnya pemahaman wajib pajak akan memberi dampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian mengenai pemahaman tentang sistem perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak reklame adalah bahwa pemahaman tentang sistem perpajakan memberikan dampak pada kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Pemahaman tentang sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara pemahaman tentang sistem perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, sehingga setiap terjadinya peningkatan pemahaman akan mengalami peningkatan sebesar 0,291. Jadi semakin banyak wajib pajak yang paham tentang sistem perpajakan yang berlaku dengan baik maka wajib pajak akan semakin patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

4.7.2 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Signifikan ($0,006 \leq Level \ of \ Significant \ (0,05)$), maka H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame yang terdaftar di BPKAD Kota Yogyakarta (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ananda, Kumadji, dan Husaini (2015) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai p-

value sebesar 0,008 lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin sering sosialisasi dilakukan kepada wajib pajak akan meningkatkan pemahaman mereka tentang sistem pajak yang berlaku sehingga secara tidak langsung sekaligus akan mendorong wajib pajak untuk patuh terhadap kewajiban pajaknya. Hal ini sependapat dengan pendapat yang dikemukakan oleh Winerungan (2013) dalam Ananda, Kumadji, dan Husaini (2015) bahwa kurang intensifnya sosialisasi yang dilaksanakan akan berdampak pada rendahnya tingkat pemahaman sehingga mempengaruhi berkurangnya kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian mengenai sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak reklame adalah bahwa adanya sosialisasi memberikan dampak pada kepatuhan wajib pajak reklame. Sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, sehingga setiap terjadi peningkatan pada sosialisasi pajak akan mengalami peningkatan sebesar 0,236. Dengan demikian, semakin sering sosialisasi diselenggarakan dengan baik dan efektif maka akan kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat.

Pelaksanaan sosialisasi yang intens, efektif, dan merata akan bermanfaat bagi wajib pajak. Para wajib pajak akan lebih mudah mendapatkan berbagai informasi tentang pajak yang sedang berlaku, serta akan mempermudah wajib pajak untuk berdiskusi apa yang menjadi kendala mereka pada petugas pajak sehingga dengan begitu wajib pajak akan merasa lebih paham dan lebih termotivasi untuk membayar

kewajiban perpajakannya. Jadi semakin baik dan efektif sosialisasi diselenggarakan maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat.

4.7.3 Pengaruh Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Hasil olah data penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai Signifikan $(0,003) \leq Level\ of\ Significant\ (0,05)$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tarif pajak (X_3) berpengaruh negatif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame yang terdaftar di BPKAD Kota Yogyakarta (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mir'atusholihah, Kumadji, dan Ismono (2014) dimana diperoleh *p-value* sebesar 0,021 lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$ dan t_{hitung} bertanda negatif. Dengan demikian, disimpulkan dalam penelitian tersebut bahwa tarif pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, namun memiliki pengaruh negatif. Hal ini membuktikan bahwa ketika tarif pajak yang berlaku mengalami kenaikan maka akan menurunkan tingkat kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian mengenai tarif pajak dengan kepatuhan wajib pajak reklame adalah bahwa tarif pajak memberikan dampak pada kepatuhan wajib pajak reklame. Tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak reklame menunjukkan adanya pengaruh negatif signifikan antara tarif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, sehingga setiap terjadi peningkatan tarif pajak akan mengalami penurunan sebesar 0,205. Jadi ketika

tarif yang diberlakukan semakin tinggi maka wajib pajak cenderung tidak patuh untuk membayar pajak.

4.7.4 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Signifikan ($0,007 \leq \text{Level of Significant}$ ($0,05$), maka H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel sanksi perpajakan (X_4) berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame yang terdaftar di BPKAD Kota Yogyakarta (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utama (2013) dimana diperoleh *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan dalam penelitian tersebut bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Hal ini berarti apabila sanksi yang diterapkan semakin berat maka wajib pajak cenderung meningkatkan kepatuhannya untuk membayar pajak.

Hasil penelitian mengenai sanksi perpajakan dengan kepatuhan wajib pajak reklame adalah bahwa sanksi perpajakan memberikan dampak pada kepatuhan wajib pajak. sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame, sehingga setiap terjadi peningkatan sanksi pajak akan mengalami peningkatan sebesar 0,216. Dengan demikian, semakin tegas dan berat sanksi yang

berlaku maka tingkat kepatuhan wajib pajak untuk membayar kewajiban perpajakannya cenderung semakin tinggi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan dari bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut :

1. Pemahaman tentang sistem perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.
2. Sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.
3. Tarif pajak memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.
4. Sanksi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.

5.2 Keterbatasan

Dalam melakukan penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Adapun keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Metode untuk pengumpulan data menggunakan metode kuesioner, sehingga seringkali ketika penulis meminta bantuan kepada responden untuk mengisi kuesioner, responden cenderung tidak mengisi secara sungguh-sungguh dan

terdapat pula responden yang tidak berkenan untuk mengisi kuesioner tersebut dengan alasan sibuk.

2. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel independen saja yaitu pemahaman tentang sistem perpajakan, sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan sanksi perpajakan.

5.3 Saran

Dari keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian ini maka saran yang diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya pada saat sebelum membagikan kuesioner kepada responden, responden diberikan pengertian dan penjelasan mengenai kuesioner yang akan dibagikan dan tujuan dibagikannya kuesioner tersebut dengan baik sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dan responden dapat dengan sungguh-sungguh mengisi kuesioner yang dibagikan.
2. Sebaiknya pada penelitian selanjutnya disarankan agar memperluas wilayah penelitian di daerah selain Kota Yogyakarta, serta menambah variabel independen lainnya selain yang digunakan dalam penelitian ini misalnya seperti motivasi, sikap wajib pajak, dan kualitas pelayanan yang dianggap dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak reklame.

5.4 Implikasi

1. Bagi pemerintah diharapkan lebih sering menyelenggarakan sosialisasi dan sosialisasi yang disampaikan harus merata sehingga semua wajib pajak yang terdaftar mendapatkan informasi dari sosialisasi tersebut dengan baik, tidak hanya sebagian wajib pajak saja yang mendapatkan sosialisasi. Jika perlu dilakukan sosialisasi secara *door to door*, sehingga informasi dan kendala apa saja yang terjadi di lapangan dapat tersampaikan dengan baik dan jelas.
2. Bagi pemerintah diharapkan tidak terlalu lama untuk menyampaikan surat pemberitahuan sehingga pajak dan denda yang harus dibayarkan wajib pajak tidak terlalu banyak menunggak.
3. Sebaiknya pemerintah memberikan *award* kepada wajib pajak yang taat untuk membayar pajak setiap satu tahun sekali ataupun dua kali dan memberikan *punishment* seperti berupa tidak ada izin pemasangan reklame pada periode tertentu bagi mereka yang tidak taat membayar pajak sehingga dengan begitu mendorong wajib pajak untuk taat dan patuh membayar pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Pasca Rizki Dwi, Srikandi Kumadji, dan Achmad Husaini. 2015. "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada UMKM Yang Terdaftar Sebagai Wajib Pajak Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu)." *Journal of Chemical Information and Modeling* 6 (2): 1689–99. doi:10.1017/CBO9781107415324.004.
- Cahyadi, I Made Wahyu, dan I Ketut Jati. 2016. "Pengaruh Kesadaran, Sosialisasi, Akuntabilitas Pelayanan Publik Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor." *E Journal Akuntansi UDAYANA* 16 (3): 2342–73.
- Danarsi, Siti Nurlaela, dan Hendro Subroto. 2017. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Mobil Dengan Diberlakukannya Pajak Progresif Di Kota Surakarta." *Jurnal Akuntansi Dan Pajak* 18 (1): 45–55.
- Dewi, Anak Agung Sri Intan Komala, dan Putu Ery Setiawan. 2016. "Pengaruh Kesadaran, Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral, Dan Persepsi Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame." *E Journal Akuntansi UDAYANA* 17 (1): 84–111.
- Fauziyah, Ulfah. 2016. "Pengaruh Sistem Administrasi Perpajakan Modern, Sosialisasi Perpajakan, Dan Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di KPP Pratama Sleman)." Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ghoni, Husen Abdul. 2012. "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Daerah." *Jurnal Akuntansi UNESA* 1 (1).
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. 2nded. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- . 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21*. 7thed. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiningsih, Pancawati, dan Nila Yulianawati. 2011. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak." *Dinamika Keuangan Dan Perbankan* 3 (1): 126–43.
- Ilhamsyah, Randi, dan dkk. 2016. "Pengaruh Pemahaman Dan Pengetahuan Wajib Pajak Tentang Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Samsat Kota Malang)." *Journal of Chemical Information and Modeling* 8 (1): 1–9. doi:10.1017/CBO9781107415324.004.
- Julianto, Agung. 2017. "Pengaruh Tarif, Sosialisasi, Serta Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kota Semarang."
- Kusuma, Ida Bagus Adinata, dan Ni Luh Supadmi. 2016. "Pengaruh Kesadaran, Kualitas Pelayanan, Sanksi Dan Pemahaman Peraturan Perpajakan

- Pada Kepatuha Wajib Pajak Hotel.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 17 (1): 5665–590.
- Lianty, R.A.Meiska, Dini Wahjoe Hapsari, dan Kurnia. 2017. “Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.” *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer (JRAK)* 9 (2): 55–65.
- Mardiasmo. 2002. *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi.
- Masruroh, Siti, dan Zulaikha. 2013. “Pengaruh Kemanfaatan NPWP, Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada WP OP Di Kabupaten Tegal).” *Diponegoro Journal of Accounting* 2 (4): 1–15.
- Mir’atusholihah, Srikandi Kumadji, dan Bambang Ismono. 2014. “Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak UMKM Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)” 3 (1): 1–10.
- Mustofa, Fauzi Achmad, Kertahadi, dan Mirza Maulinarhadi R. 2016. “Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Asas Keadilan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Yang Berada Di Wilayah Kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu Setelah Diberlakukannya Peraturan.” *Jurnal Pajak (JEJAK)* 8 (1): 1–7.
- Nurmantu, Safri. 2005. *Pengantar Perpajakan*. Jakarta: Granit.
- Po’oe, Bambang Supriyanto, Tri Handayani Amaliah, dan Hartati Tuli. 2015. “Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak Orang Pribadi Terhadap Penerapan Self Assessment System Pada KPP Pratama Gorontalo.” *Jurnal Akuntansi & Auditing* 12 (1): 17–26.
- Prakosa, Kesit Bambang Prakosa. 2005. *Pajak Dan Retribusi Daerah (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: UII Press.
- Pratiwi, I G A M Agung Mas Andriani, dan Putu Ery Setiawan. 2014. “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kondisi Keuangan, Dan Persepsi Tentang Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Dinas Pendapatan Kota Denpasar.” *E Journal Akuntansi UDAYANA* 6 (2): 223–36.
- Pratiwi, Putu Surya, dan Ni Luh Supadmi. 2016. “Pengaruh Pemahaman Peraturan, Administrasi Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Hotel Di Kota Denpasar.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16 (3): 1771–99.
- Putra, Risky Riyanda Rama, Siti Ragil Handayani, dan Topowijono. 2014. “Pengaruh Sanksi Administrasi Sosialisasi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Penyampaian SPT Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singosari, Kabupaten Malang).” *Jurnal E-Perpajakan* 1 (1): 1–10.
- Rachmawati, Elita. 2015. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

- Ketidapatuhan Wajib Pajak Di Wilayah Kecamatan Rungkut Surabaya.” *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 4 (8).
- Ruslli, Rahayu Hana Puspita, dan P. Basuki Hadiprajitno. 2014. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Usaha Di Kota Semarang).” *Diponegoro Journal of Accounting* 3 (4): 1–13.
- Samudra, Azhari Aziz. 2015. *Perpajakan Di Indonesia : Keuangan, Pajak, Dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saputra, Lian Ade, Rika Kharlina Ekawati, dan Icha Fajriana. 2013. “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Dinas Pendapatan Derah Kota Palembang.”
- Sentanu, I Nyoman Wirya, dan Putu Ery Setiawan. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral, Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Hotel.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16 (1): 306–32.
- Sugianto. 2007. *Pajak Dan Retribusi Daerah : Pengelolaan Pemerintah Daerah Dalam Aspek Keuangan, Pajak, Dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Grasindo.
- Susherdianto, Rommy, dan Haryanto. 2012. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi WPOP Yang Memiliki Usaha Di Kota Kudus).” *Diponegoro Journal of Accounting* 1 (1): 1–12.
- Susilawati, Ketut Evi, dan Ketut Budiarta. 2013. “Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajakan Dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 4 (2): 345–57. doi:ISSN: 2302-8556.
- Utama, I Wayan Mustika. 2013. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Dan Biaya Kepatuhan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 2 (2): 452–70.
- Waluyo. 2010. *Perpajakan Indonesia*. 9th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Widowati, Rizky. 2014. “Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Pengetahuan Pajak, Dan Pelayanan Fiskus,” 1–16.
- Winerungan, Oktaviane L. 2013. “Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP Di KPP Manado Dan KPP Bitung.” *Jurnal EMBA* 1 (3): 960–70.
- Winerungan, Oktaviane Lidya. 2013. “Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP Di KPP Manado Dan KPP Bitung.” *Jurnal EMBA* 1 (3): 960–70.

LAMPIRAN 1

Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS EKONOMI

Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283
Telepon (0274) 881546 - 883087 - 885376 Fax. : 882589

Nomor : 254/DEK/10/Div.SDM/IX/2018
Hal : PERMOHONAN IJIN PENELITIAN

Kepada Yth.

Assalamu'alaikum wr.wb.

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa sebelum mengakhiri pendidikan di Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta diwajibkan membuat karya ilmiah berupa riset/penelitian. Sehubungan dengan hal itu mahasiswa kami :

Nama : Rr. Arifah Candrakusuma
No. Mahasiswa : 14312018
Jurusan : Akuntansi
Alamat : Jl. Kabupaten Gg. Panggungan No. 6 Trihanggo Gamping, Sleman

Bermaksud mohon keterangan/data pada Instansi/Perusahaan yang Saudara pimpin untuk keperluan menyusun skripsi dengan judul :

**“ Analisis Determinasi Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame di Badan
Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta ”**

Dosen Pembimbing : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak.

Hasil karya ilmiah tersebut semata-mata bersifat dan bertujuan keilmuan dan tidak disajikan kepada pihak luar. Oleh karena itu kami mohon perkenan Saudara untuk dapat memberikan data /keterangan yang diperlukan oleh mahasiswa tersebut.

Atas perkenan dan bantuan Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 20 September 2018
Dekan

Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D.
NIK. : 93 313 0101

LAMPIRAN 2

Surat Izin Penelitian



Jl. Kenari No. 05 Yogyakarta 55155 | telepon 555241, 515885, 552582
 Fax (0274) 555241
 E-MAIL : pmperizinan@jogjakota.go.id
 HOTLINE SMS : 081227625000 HOT LINE EMAIL : upik@jogjakota.go.id
 WEBSITE : www.pmperizinan.jogjakota.go.id

SURAT IZIN

NOMOR : 070/2221
0177/34

Membaca Surat : Dari Dekan Fak. Ekonomi - UII Yogyakarta
 Nomor : 346/DEK/10/Div.SDM/XI/2018 Tanggal : 08 November 2018

Mengingat : 1. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor : 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
 2. Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 5 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Yogyakarta;
 3. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 29 Tahun 2007 tentang Pemberian Izin Penelitian, Praktek Kerja Lapangan dan Kuliah Kerja Nyata di Wilayah Kota Yogyakarta;
 4. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 77 Tahun 2016 tentang Susunan Organisasi, Kedudukan, Tugas Fungsi dan Tata Kerja Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta;
 5. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 14 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Perizinan pada Pemerintah Kota Yogyakarta;
 6. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 42 Tahun 2018 tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 29 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Pada Pemerintah Kota Yogyakarta;

Dijijinkan Kepada : Nama : RR ARIFAH CANDRAKUSUMA
 No. Mhs/ NIM : 14312018
 Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Ekonomi UII Yogyakarta
 Alamat : Jl. Kaliurang Yogyakarta
 Penanggungjawab : Erna Hidayah, Dra., M. Si., Ak.
 Keperluan : Melakukan Penelitian (MENCARI DATA) Dengan Judul Proposal : Analisis Determinasi Pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame Di Badan Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah Kota Yogyakarta

Lokasi/Responden : Kota Yogyakarta
 Waktu : 12 November 2018 s/d 12 Desember 2018
 Lampiran : Proposal dan Daftar Pertanyaan
 Dengan Ketentuan : 1. Wajib Memberikan Laporan hasil Penelitian berupa CD kepada Walikota Yogyakarta (Cq. Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta)
 2. Wajib Menjaga Tata tertib dan menaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat
 3. Izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintahan dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah
 4. Surat izin ini sewaktu-waktu dapat dibatalkan apabila tidak dipenuhinya ketentuan-ketentuan tersebut diatas



Kemudian diharap para Pejabat Pemerintah setempat dapat memberikan bantuan seperlunya

Tanda Tangan
 Pemegang Izin

RR ARIFAH
 CANDRAKUSUMA

Dikeluarkan di : Yogyakarta
 Pada Tanggal : 13 November 2018

An. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Perizinan
 Sekertaris



Tembusan Kepada :
 Yth 1. Walikota Yogyakarta (sebagai laporan)

LAMPIRAN 3

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Responden

Di tempat

Dengan hormat,

Saya **Rr. Arifah Candrakusuma, NIM 14312018, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (UII)** selaku peneliti bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Determinasi pada Kepatuhan Wajib Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta”**.

Adapun tujuan pengumpulan data dalam kuesioner ini semata-mata untuk tujuan pengembangan ilmu dan sebagai syarat dalam rangka penyelesaian studi di Program Strata-1 Universitas Islam Indonesia (UII). Oleh karena itu, saya harap kesediaan Bapak/Ibu untuk menjadi responden dalam penelitian ini dan saya mohon kesediaannya meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan ini. Pendapat Bapak/Ibu akan sangat bermanfaat bagi penelitian skripsi ini. Data dan informasi yang diperoleh dari kuesioner hanya akan dipergunakan untuk penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya sesuai dengan kode etika penelitian.

Peneliti sangat mengharapkan kepada semua pihak yang terpilih sebagai responden dalam penelitian ini dapat bekerja sama dalam memberikan informasi serta jawaban atas pertanyaan secara benar, jujur, dan objektif. Tidak ada jawaban yang salah atau benar dalam pilihan saudara, karena tujuan kuesioner ini adalah untuk meminta persepsi/pendapat saudara. Sebelum menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini, saya mohon agar Bapak/Ibu membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian. Atas perhatian Bapak/Ibu responden, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Rr. Arifah Candrakusuma

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Perusahaan :
 Alamat :
 No. Telp / Hp :
 Jenis Kepemilikan : Badan / Perseorangan (Coret yang tidak perlu)
 Apakah memiliki NPWPD? : Ya / Tidak (Coret yang tidak perlu)

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Dibawah ini terdapat beberapa pertanyaan dengan maksud dan tujuan yang berbeda. Bapak/Ibu cukup memilih salah satu alternatif jawaban dengan membubuhkan tanda *checklist* (√) pada salah satu pilihan yang dianggap paling sesuai dengan kondisi yang ada.

Demi kelancaran proses pengolahan data, kami mengharapkan Bapak/Ibu menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan keyakinan mendalam tanpa keraguan. Bila terdapat keraguan atas pertanyaan yang kami ajukan, Bapak/Ibu dapat memilih salah satu jawaban yang dianggap paling mendekati pendapat Bapak/Ibu sehingga semua pertanyaan memiliki satu jawaban.

Keterangan jawaban :

SSS = Sangat Setuju Sekali	TS = Tidak Setuju
SS = Sangat Setuju Setuju	STS = Sangat Tidak Setuju
S = Setuju Setuju Sekali	STSS = Sangat Tidak Setuju Sekali

Mohon periksa kembali semua jawaban Bapak/Ibu dan yakinkan bahwa tidak ada pertanyaan yang terlewat.

PERTANYAAN KUESIONER

Pemahaman tentang Sistem Perpajakan

No.	Pertanyaan	SSS	SS	S	TS	STS	STSS
1.	Saya pernah melakukan kesalahan dalam pengisian SPTPD (Surat Pemberitahuan Pajak Daerah)						
2.	Saya mengetahui tarif pajak yang harus saya tanggung						
3.	Saya mengetahui cara menghitung jumlah pajak yang saya tanggung dengan benar						
4.	Saya selalu membayar pajak yang harus dibayarkan di bank						
5.	Saya memahami bahwa jika saya terlambat membayar pajak akan dikenai sanksi, maka dari itu saya selalu tepat waktu untuk membayar pajak						
6.	Menurut saya, memiliki NPWPD (Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah) penting bagi wajib pajak sebagai sarana kelengkapan administrasi pajak						
7.	Saya melaporkan SPTPD di tempat saya terdaftar sebagai wajib pajak						

Sumber : Julianto (2017)

Sosialisasi Perpajakan

No.	Pertanyaan	SSS	SS	S	TS	STS	STSS
1.	Saya selalu mengikuti penyuluhan pajak secara rutin						
2.	Petugas pajak memberikan penjelasan dan pemahaman tentang pajak dengan						

No.	Pertanyaan	SSS	SS	S	TS	STS	STSS
	baik dan jelas						
3.	Sosialisasi pajak memberikan pengertian dan penjelasan tentang pentingnya pajak kepada saya						
4.	Sosialisasi perpajakan yang dilaksanakan sudah efektif dan tepat sasaran						
5.	Sosialisasi pajak membuat wajib pajak melaksanakan tindakan sesuai dengan ketentuan peraturan perpajakan						
6.	Saya mendapatkan penjelasan lebih baik mengenai pajak setelah melakukan diskusi langsung dengan petugas pajak (fiskus)						
7.	Saya mendapatkan penyuluhan dari petugas pajak (fiskus) secara langsung						
8.	Pemasangan spanduk atau <i>billboard</i> di pinggir jalan atau tempat strategis yang berisi pesan singkat tentang pajak yang mudah dimengerti dan menarik mampu menjelaskan pentingnya pajak untuk saya						
9.	Informasi tentang pajak yang disampaikan melalui website pajak saat ini sudah efektif sehingga saya dapat mengaksesnya dengan mudah						

Sumber : Fauziyah (2016)

Tarif Pajak

No.	Pertanyaan	SSS	SS	S	TS	STS	STSS
1.	Menurut saya, tarif pajak yang berlaku saat ini belum menganut asas						

No.	Pertanyaan	SSS	SS	S	TS	STS	STSS
	keadilan bagi masyarakat sehingga saya enggan mematuhi						
2.	Saya tidak menggunakan tarif pajak sesuai dengan peraturan pajak yang berlaku						
3.	Saya jarang mengikuti informasi tentang peraturan yang memuat tentang perubahan tarif pajak yang berlaku						

Sumber : Rachmawati (2015)

Sanksi perpajakan

No.	Pertanyaan	SSS	SS	S	TS	STS	STSS
1.	Pelaksanaan sanksi berupa denda terhadap wajib pajak yang lalai yang dilakukan oleh petugas sudah tertib pada waktunya dan sudah memberatkan						
2.	Sanksi administrasi bunga 2% bagi yang terlambat membayar pajak sudah memberatkan						
3.	Denda paling banyak 4 (empat) kali jumlah pajak terutang yang tidak atau kurang dibayar adalah wajar apabila wajib pajak dengan sengaja tidak menyampaikan atau mengisi SPTPD						
4.	Apabila melakukan pelanggaran yang merugikan negara secara material maka dikenai sanksi pidana adalah wajar						
5.	Sanksi pidana yang berlaku cukup berat						
6.	Adanya sanksi mendorong saya untuk membayar pajak						

Sumber : Ruslli & Hadiprajitno (2014)

Kepatuhan wajib pajak

No.	Pertanyaan	SSS	SS	S	TS	STS	STSS
1.	Saya tidak pernah terlambat dalam membayar pajak						
2.	Saya tidak pernah mengalami pencabutan izin reklame yang saya pasang						
3.	Saya selalu mengisi SPTPD sesuai ketentuan dan melaporkannya sebelum batas akhir penyampaian SPTPD						
4.	Saya tidak memiliki tunggakan pajak dan selalu membayar kekurangan pajak sebelum dilakukan pemeriksaan						
5.	Saya menghitung pajak yang terutang dengan benar dan membayarnya tepat waktu						

Sumber : Ghoni (2012)

No	Pemahaman tentang Sistem Perpajakan							Total
	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6	PP7	
61	4	4	4	5	5	4	4	30
62	4	5	6	6	5	4	6	36
63	4	4	5	6	4	4	5	32
64	4	3	3	5	4	4	5	28
65	4	5	4	5	5	4	4	31
66	3	6	6	6	6	6	6	39
67	5	5	4	5	5	6	5	35
68	3	5	5	5	6	6	4	34
69	4	4	3	4	4	4	4	27
70	4	5	5	5	6	5	5	35
71	6	6	6	6	6	6	6	42
72	3	3	3	4	4	4	4	25
73	4	4	4	5	5	5	4	31
74	4	4	4	4	4	4	4	28
75	3	5	5	6	4	5	4	32
76	3	6	5	5	5	6	6	36
77	3	4	4	5	5	4	5	30
78	4	5	4	4	4	5	5	31
79	4	4	4	4	3	6	4	29
80	4	4	3	5	3	4	4	27
81	4	4	4	4	4	4	4	28
82	5	5	4	4	5	5	4	32
83	3	4	3	5	5	5	5	30
84	3	4	4	5	4	4	5	29
85	4	3	4	5	5	5	5	31
86	2	3	3	4	4	4	4	24
87	5	5	5	5	5	5	5	35
88	4	4	5	5	4	4	5	31
89	3	4	4	6	6	4	5	32
90	4	4	3	4	4	4	4	27
91	3	4	4	5	4	5	5	30
92	4	5	5	6	6	5	6	37
93	5	3	3	6	4	4	5	30
94	4	3	3	5	5	5	4	29
95	2	3	3	5	4	4	5	26

No	Pemahaman tentang Sistem Perpajakan							Total
	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6	PP7	
96	4	4	5	6	4	4	5	32
97	4	5	4	6	6	6	6	37
98	5	4	5	6	6	5	6	37
99	2	4	4	5	5	4	5	29
100	4	4	4	4	4	4	4	28
101	5	4	4	5	5	4	5	32
102	4	5	5	5	4	5	5	33
103	4	4	4	4	4	4	5	29
104	3	4	4	5	5	5	5	31

2. SOSIALISASI PERPAJAKAN (X2)

No	Sosialisasi Perpajakan									Total
	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	SP7	SP8	SP9	
1	3	3	4	4	4	3	3	4	5	33
2	4	4	4	4	4	5	4	5	6	40
3	3	4	3	3	3	4	3	4	5	32
4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	35
5	3	2	3	3	5	4	3	4	3	30
6	5	4	5	3	5	4	4	4	4	38
7	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38
8	5	6	5	5	6	5	5	5	6	48
9	5	5	6	6	6	6	6	6	5	51
10	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
11	3	4	4	2	4	4	3	4	3	31
12	3	4	4	3	4	3	3	4	4	32
13	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
14	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
15	3	5	5	4	5	5	3	6	4	40
16	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34
17	3	4	4	3	5	5	4	5	4	37
18	4	4	4	3	4	3	3	3	3	31
19	4	4	4	3	5	5	4	6	6	41
20	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
21	3	4	3	3	3	4	4	4	5	33
22	3	3	3	3	3	4	3	3	3	28
23	3	3	3	3	4	3	3	3	4	29
24	3	3	4	4	4	3	3	3	4	31
25	3	4	4	3	4	6	4	5	3	36
26	4	5	4	4	5	5	4	4	4	39
27	3	4	4	3	5	5	3	4	4	35
28	4	5	4	4	5	5	4	5	4	40
29	4	5	4	4	4	5	5	5	4	40
30	5	4	4	5	4	6	6	5	6	45
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
32	3	3	3	3	3	4	4	3	3	29
33	4	5	4	4	4	4	5	5	4	39

No	Sosialisasi Perpajakan									Total
	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	SP7	SP8	SP9	
34	4	5	4	4	4	5	5	5	4	40
35	2	4	3	3	4	4	3	5	5	33
36	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
37	4	5	4	4	4	4	5	5	4	39
38	4	5	4	4	4	5	5	5	4	40
39	4	5	4	5	5	4	4	5	5	41
40	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
41	4	5	4	5	5	5	4	5	5	42
42	3	3	4	4	4	3	3	4	5	33
43	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
44	4	5	5	4	5	4	3	5	5	40
45	4	5	4	3	4	4	4	5	5	38
46	5	5	6	6	6	6	6	6	5	51
47	4	5	4	4	4	5	4	6	5	41
48	5	4	4	3	4	4	4	5	5	38
49	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
50	4	5	4	4	4	4	3	4	5	37
51	4	4	5	4	4	4	5	5	5	40
52	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33
53	4	4	4	4	4	6	6	6	4	42
54	4	4	4	4	5	5	4	5	5	40
55	4	5	4	5	4	4	5	5	4	40
56	3	6	5	3	5	5	6	5	6	44
57	5	5	4	4	4	4	4	5	5	40
58	5	5	4	4	4	5	5	5	4	41
59	4	5	4	4	4	5	5	4	5	40
60	4	5	4	4	5	5	4	5	5	41
61	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39
62	3	4	5	3	4	3	3	5	4	34
63	4	5	3	3	4	4	3	5	4	35
64	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32
65	5	4	4	3	4	4	4	4	5	37
66	4	5	6	4	5	4	3	4	4	39
67	4	4	4	4	4	4	3	4	5	36
68	4	4	5	4	5	5	5	5	5	42

No	Sosialisasi Perpajakan									Total
	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	SP7	SP8	SP9	
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
70	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
71	3	5	4	3	4	6	6	3	2	36
72	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
73	4	5	4	3	4	4	3	4	4	35
74	5	5	5	5	5	4	4	5	4	42
75	3	4	5	4	4	5	4	3	6	38
76	4	4	3	4	4	3	3	4	4	33
77	3	4	4	3	4	4	3	4	3	32
78	5	4	5	4	5	4	4	5	5	41
79	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
80	3	3	3	3	3	2	2	4	3	26
81	4	5	4	4	4	6	4	6	5	42
82	3	2	4	3	3	3	2	3	4	27
83	3	5	5	2	5	5	4	5	4	38
84	3	4	3	3	4	5	4	5	4	35
85	3	4	3	3	5	4	3	3	4	32
86	3	5	4	3	4	4	3	4	4	34
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
88	4	5	5	4	5	5	4	4	4	40
89	3	3	4	4	4	3	3	4	5	33
90	3	2	3	3	5	4	3	3	3	29
91	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
92	3	5	5	4	5	5	3	6	3	39
93	3	4	4	3	6	5	3	4	3	35
94	4	5	4	4	4	5	3	3	3	35
95	3	4	4	3	5	4	3	4	4	34
96	4	5	3	3	4	4	3	5	4	35
97	5	4	3	3	5	4	3	4	4	35
98	3	6	5	3	5	5	3	3	4	37
99	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
101	3	5	3	3	5	5	3	3	4	34
102	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
103	4	5	4	4	5	6	4	4	4	40

No	Sosialisasi Perpajakan									Total
	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	SP7	SP8	SP9	
104	3	4	4	3	5	5	3	3	3	33

3. TARIF PAJAK (X3)

No	Tarif Pajak			Total
	TP1	TP2	TP3	
1	3	3	4	10
2	3	5	3	11
3	2	2	2	6
4	3	3	3	9
5	5	3	4	12
6	4	3	3	10
7	3	3	3	9
8	1	1	1	3
9	2	2	2	6
10	3	3	3	9
11	3	3	3	9
12	5	3	3	11
13	4	3	3	10
14	4	3	3	10
15	3	2	3	8
16	3	3	5	11
17	4	3	4	11
18	4	3	3	10
19	2	3	2	7
20	4	4	4	12
21	4	3	4	11
22	4	4	4	12
23	4	4	4	12
24	4	3	4	11
25	4	2	4	10
26	4	2	3	9
27	4	2	3	9
28	4	2	3	9
29	4	4	4	12
30	2	2	2	6
31	3	3	3	9
32	3	3	3	9
33	4	3	4	11

No	Tarif Pajak			Total
	TP1	TP2	TP3	
34	3	3	3	9
35	2	2	2	6
36	3	3	3	9
37	2	2	2	6
38	3	3	3	9
39	3	3	3	9
40	3	3	3	9
41	2	2	3	7
42	3	3	4	10
43	3	3	3	9
44	3	2	2	7
45	4	3	3	10
46	5	3	3	11
47	3	2	3	8
48	3	2	3	8
49	3	3	3	9
50	3	3	3	9
51	2	3	3	8
52	2	2	2	6
53	3	3	3	9
54	3	2	2	7
55	3	3	3	9
56	3	3	3	9
57	2	2	2	6
58	3	3	3	9
59	3	3	3	9
60	3	2	3	8
61	2	2	2	6
62	4	2	3	9
63	1	1	1	3
64	3	3	3	9
65	3	2	3	8
66	3	3	3	9
67	3	3	4	10
68	3	3	3	9
69	3	3	4	10

No	Tarif Pajak			Total
	TP1	TP2	TP3	
70	3	3	3	9
71	3	2	5	10
72	3	3	3	9
73	3	3	5	11
74	4	3	3	10
75	3	3	4	10
76	3	3	3	9
77	4	2	3	9
78	3	3	3	9
79	5	3	3	11
80	2	3	3	8
81	3	3	3	9
82	5	2	3	10
83	3	3	5	11
84	4	3	3	10
85	4	2	3	9
86	4	2	4	10
87	3	2	3	8
88	3	2	2	7
89	3	3	4	10
90	5	3	4	12
91	2	2	2	6
92	3	2	2	7
93	4	2	4	10
94	3	2	4	9
95	4	3	4	11
96	3	2	2	7
97	3	2	3	8
98	4	3	2	9
99	4	2	2	8
100	4	3	4	11
101	4	2	2	8
102	5	3	3	11
103	4	2	2	8
104	4	2	3	9

4. SANKSI PERPAJAKAN (X4)

No	Sanksi Perpajakan						Total
	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	
1	4	5	4	3	5	4	25
2	3	4	3	3	4	3	20
3	5	3	4	5	3	3	23
4	4	4	3	3	4	5	23
5	4	5	4	4	4	3	24
6	4	4	3	4	4	5	24
7	4	4	4	3	4	5	24
8	5	2	6	5	5	5	28
9	6	5	5	5	5	6	32
10	3	3	3	4	4	4	21
11	4	4	4	4	4	5	25
12	4	4	4	3	4	3	22
13	4	4	4	3	2	3	20
14	4	4	4	4	3	4	23
15	5	6	6	4	5	4	30
16	3	4	4	4	3	4	22
17	4	3	3	4	3	5	22
18	3	3	3	3	4	3	19
19	4	1	4	5	2	5	21
20	3	4	3	4	4	4	22
21	4	4	5	4	4	4	25
22	3	4	4	4	4	4	23
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	3	4	4	4	23
25	3	1	5	6	3	4	22
26	5	4	4	5	4	5	27
27	3	4	3	4	3	5	22
28	4	3	3	5	4	6	25
29	4	4	5	5	5	4	27
30	4	4	5	4	5	4	26
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	3	4	3	4	22
33	4	4	4	4	4	4	24

No	Sanksi Perpajakan						Total
	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	
34	4	5	3	4	4	3	23
35	4	4	3	5	4	5	25
36	3	3	3	4	4	4	21
37	4	4	4	5	4	5	26
38	4	5	4	5	5	4	27
39	4	4	4	5	5	5	27
40	4	5	5	4	5	5	28
41	3	4	3	4	4	4	22
42	4	5	4	3	4	4	24
43	4	3	3	3	4	5	22
44	4	4	4	5	4	4	25
45	4	4	4	3	2	3	20
46	6	5	5	5	5	6	32
47	3	4	3	3	4	3	20
48	4	5	4	4	4	5	26
49	3	3	3	4	4	4	21
50	5	3	4	4	5	5	26
51	4	5	4	4	5	5	27
52	3	4	3	4	4	5	23
53	4	4	4	5	5	5	27
54	4	4	3	5	4	5	25
55	4	5	4	5	4	5	27
56	4	3	5	6	2	5	25
57	4	4	5	5	5	5	28
58	4	4	4	4	5	5	26
59	4	4	5	5	4	5	27
60	5	4	3	5	4	5	26
61	4	4	4	4	4	4	24
62	3	3	3	4	3	4	20
63	3	3	3	5	3	4	21
64	3	3	3	3	4	4	20
65	4	5	4	4	4	5	26
66	4	4	4	6	4	4	26
67	5	3	4	4	5	5	26
68	4	5	4	4	4	5	26

No	Sanksi Perpajakan						Total
	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	
69	4	3	3	4	4	4	22
70	4	4	4	4	4	4	24
71	5	6	3	5	5	6	30
72	4	3	3	3	4	4	21
73	4	4	5	4	5	4	26
74	4	4	5	4	4	5	26
75	3	3	4	6	3	4	23
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	5	25
78	4	4	4	5	5	5	27
79	2	2	2	2	2	2	12
80	3	3	3	3	5	4	21
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	4	5	4	4	4	25
83	5	3	5	3	3	5	24
84	4	3	3	4	3	5	22
85	4	3	2	4	4	3	20
86	2	2	2	2	2	2	12
87	4	5	4	5	4	5	27
88	4	4	5	5	4	5	27
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	3	3	3	3	3	19
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	6	6	4	5	4	30
93	3	2	4	5	3	4	21
94	4	5	4	5	4	3	25
95	4	3	3	5	4	4	23
96	4	4	4	5	5	5	27
97	4	5	4	4	4	4	25
98	4	3	5	6	4	4	26
99	3	3	3	4	3	4	20
100	4	4	4	4	4	4	24
101	4	3	3	5	4	5	24
102	3	3	3	3	3	3	18
103	6	4	3	5	4	4	26

No	Sanksi Perpajakan						Total
	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	
104	3	4	3	4	3	5	22

5. KEPATUHAN WAJIB PAJAK (X5)

No	Kepatuhan Wajib Pajak					Total
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	
1	5	3	4	4	4	20
2	6	3	5	5	5	24
3	6	5	6	6	6	29
4	4	4	4	4	4	20
5	3	3	4	4	4	18
6	4	4	4	5	4	21
7	4	4	4	4	5	21
8	5	5	6	5	5	26
9	6	5	6	6	5	28
10	4	4	4	4	4	20
11	5	3	5	5	5	23
12	3	4	3	4	4	18
13	4	4	4	4	4	20
14	4	3	4	4	4	19
15	4	4	5	5	5	23
16	4	3	4	4	4	19
17	4	4	4	4	4	20
18	3	4	4	4	4	19
19	4	2	5	5	6	22
20	4	3	3	4	4	18
21	3	4	4	3	4	18
22	4	4	4	4	4	20
23	5	4	5	4	4	22
24	4	4	3	4	4	19
25	3	3	4	4	2	16
26	4	4	5	5	4	22
27	3	3	4	4	4	18
28	4	4	5	4	6	23
29	4	4	5	4	4	21
30	4	5	6	4	5	24
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	5	5	4	22

No	Kepatuhan Wajib Pajak					Total
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	
34	4	4	5	5	4	22
35	5	5	4	4	4	22
36	3	4	4	4	4	19
37	4	4	5	5	4	22
38	4	4	5	5	4	22
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	5	5	22
41	4	3	5	4	5	21
42	5	3	4	4	5	21
43	4	3	4	4	4	19
44	5	4	4	5	5	23
45	4	4	4	4	4	20
46	6	5	6	6	6	29
47	6	3	4	4	4	21
48	4	4	4	4	5	21
49	3	4	4	4	4	19
50	3	3	3	4	4	17
51	5	4	4	4	5	22
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	5	5	22
54	5	4	5	5	5	24
55	4	4	5	5	4	22
56	4	5	6	4	4	23
57	4	4	5	5	4	22
58	4	4	4	5	5	22
59	4	4	4	5	4	21
60	3	3	3	4	4	17
61	5	5	5	4	4	23
62	4	4	4	4	4	20
63	5	5	4	5	5	24
64	4	4	4	3	4	19
65	4	4	5	4	5	22
66	6	4	4	6	6	26
67	3	3	3	4	4	17
68	5	4	5	5	5	24

No	Kepatuhan Wajib Pajak					Total
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	
69	4	4	4	4	4	20
70	5	5	5	4	4	23
71	3	2	3	3	3	14
72	4	3	4	4	4	19
73	4	4	4	5	5	22
74	4	4	5	5	4	22
75	4	4	4	4	5	21
76	4	5	4	4	5	22
77	4	4	4	5	5	22
78	4	4	5	4	5	22
79	3	4	3	3	3	16
80	3	3	4	4	3	17
81	4	5	4	6	5	24
82	4	4	4	4	4	20
83	4	5	5	4	4	22
84	3	3	4	4	4	18
85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	4	3	4	17
87	5	5	4	4	5	23
88	4	4	4	5	4	21
89	5	3	4	4	4	20
90	3	3	4	4	4	18
91	5	5	5	5	5	25
92	4	4	5	5	5	23
93	3	3	4	4	4	18
94	4	4	5	5	5	23
95	4	4	4	4	3	19
96	5	5	4	5	5	24
97	4	4	4	5	5	22
98	4	5	5	4	4	22
99	3	3	4	4	3	17
100	4	4	4	4	4	20
101	3	3	4	4	4	18
102	3	3	3	4	4	17
103	4	4	5	4	4	21

No	Kepatuhan Wajib Pajak					Total
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	
104	3	3	4	4	4	18

LAMPIRAN 5

Analisis Statistik Deskriptif**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	104	3.00	6.00	4.3932	.60565
X2	104	2.89	5.67	4.0866	.52024
X3	104	1.00	4.00	2.9968	.58867
X4	104	2.00	5.33	4.0079	.55987
Y	104	2.80	5.80	4.1788	.53092
Valid N (listwise)	104				

	Pearson Correlation	.203 [*]	.547 ^{**}	.559 ^{**}	.727 ^{**}	.641 ^{**}	.528 ^{**}	1	.801 ^{**}
PP7	Sig. (2-tailed)	.038	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104
	Pearson Correlation	.482 ^{**}	.806 ^{**}	.804 ^{**}	.787 ^{**}	.822 ^{**}	.756 ^{**}	.801 ^{**}	1
Tot	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104	104	104

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	104	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	104	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	7

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sosialisasi Perpajakan

Correlations

		SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	SP6	SP7	SP8	SP9	Tot
SP1	Pearson Correlation	1	.387**	.371**	.553**	.265**	.236*	.484**	.345**	.277**	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.007	.016	.000	.000	.004	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
SP2	Pearson Correlation	.387**	1	.460**	.354**	.407**	.520**	.425**	.430**	.232*	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.018	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
SP3	Pearson Correlation	.371**	.460**	1	.505**	.551**	.345**	.385**	.358**	.261**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
SP4	Pearson Correlation	.553**	.354**	.505**	1	.361**	.345**	.534**	.382**	.366**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
SP5	Pearson Correlation	.265**	.407**	.551**	.361**	1	.477**	.200*	.289**	.150	.591**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000		.000	.042	.003	.129	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
SP6	Pearson Correlation	.236*	.520**	.345**	.345**	.477**	1	.616**	.424**	.162	.697**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.101	.000

	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
SP7	Pearson Correlation	.484**	.425**	.385**	.534**	.200*	.616**	1	.454**	.286**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.042	.000		.000	.003	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
SP8	Pearson Correlation	.345**	.430**	.358**	.382**	.289**	.424**	.454**	1	.446**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
SP9	Pearson Correlation	.277**	.232*	.261**	.366**	.150	.162	.286**	.446**	1	.536**
	Sig. (2-tailed)	.004	.018	.007	.000	.129	.101	.003	.000		.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
Tot	Pearson Correlation	.640**	.699**	.684**	.724**	.591**	.697**	.747**	.699**	.536**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	9

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Tarif Pajak

Correlations

		TP1	TP2	TP3	Tot
TP1	Pearson Correlation	1	.304**	.426**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000
	N	104	104	104	104
TP2	Pearson Correlation	.304**	1	.491**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000
	N	104	104	104	104
TP3	Pearson Correlation	.426**	.491**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104
Tot	Pearson Correlation	.775**	.724**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	104	100.0
	Excluded ^a	0	.0

Total	104	100.0
-------	-----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.666	3

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	104	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	104	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	6

5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepatuhan Wajib Pajak

Correlations

	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Tot
Pearson Correlation	1	.428**	.491**	.532**	.555**	.811**
KP1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	104	104	104	104	104	104
Pearson Correlation	.428**	1	.455**	.338**	.315**	.674**
KP2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
N	104	104	104	104	104	104
Pearson Correlation	.491**	.455**	1	.477**	.415**	.755**
KP3 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	104	104	104	104	104	104
Pearson Correlation	.532**	.338**	.477**	1	.578**	.766**
KP4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
N	104	104	104	104	104	104
Pearson Correlation	.555**	.315**	.415**	.578**	1	.757**
KP5 Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
N	104	104	104	104	104	104
Pearson Correlation	.811**	.674**	.755**	.766**	.757**	1
Tot Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	104	104	104	104	104	104

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	104	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	104	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.808	5

LAMPIRAN 7

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.98039025
	Absolute	.116
Most Extreme Differences	Positive	.107
	Negative	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z		1.187
Asymp. Sig. (2-tailed)		.120

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.684	.508		3.311	.001		
	X1	.291	.067	.332	4.326	.000	.815	1.227
	X2	.236	.083	.231	2.825	.006	.720	1.390
	X3	-.205	.068	-.227	-3.005	.003	.840	1.190
	X4	.216	.079	.228	2.736	.007	.691	1.447

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.598	.745		.802	.424
	X1	.181	.099	.197	1.838	.069
	X2	-.185	.122	-.173	-1.515	.133
	X3	-.114	.100	-.121	-1.141	.256
	X4	.071	.116	.071	.609	.544

a. Dependent Variable: abs_res

LAMPIRAN 8

Analisis Regresi Berganda**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.505	.37358

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.217	4	3.804	27.257	.000 ^b
	Residual	13.817	99	.140		
	Total	29.033	103			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.684	.508		3.311	.001
	X1	.291	.067	.332	4.326	.000
	X2	.236	.083	.231	2.825	.006
	X3	-.205	.068	-.227	-3.005	.003
	X4	.216	.079	.228	2.736	.007

a. Dependent Variable: Y