

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi objek penelitian

Wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Wonosobo merupakan objek populasi yang akan di analisis. Jumlah wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Wonosobo pada Juli 2018 sejumlah 230.000 wajib pajak. Responden yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 100 wajib pajak kendaraan bermotor. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyerahkan kuesioner secara langsung kepada responden. Proses penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara langsung sehingga kuesioner dapat yang dihasilkan telah siap untuk dianalisis tampak sebagai mana pada Tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1
Jumlah Kuesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang disebar	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner tidak lengkap	0
Kuesioner yang bisa dianalisis	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

4.2 Karakteristik Responden

Jenis kelamin, usia, dan pekerjaan merupakan karakteristik responden yang akan dianalisis dalam penelitian ini. Karakteristik responden dijelaskan sebagai berikut :

4.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini diklarifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	59	59%
2	Perempuan	41	41%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah perempuan sebanyak 41 responden atau 41% dan laki-laki sebanyak 59 responden atau 59%. Dengan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa wajib pajak kendaraan bermotor yang ada di Kabupaten Wonosobo lebih banyak berjenis kelamin laki-laki.

4.2.2 Usia

Berdasarkan usia, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.3
Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	<20-25	41	41%
2	26-30	15	15%
3	31-35	10	10%
4	36-40	8	8%
5	>40	26	26%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer, Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.3 tersebut dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini adalah terdiri dari responden berusia <20-25 tahun dan >40 tahun dengan jumlah responden berusia <20-25 tahun sebanyak 41 responden atau 41% dan jumlah responden berusia >40 tahun sebanyak 26 responden atau 26% sedangkan sebagian kecil berusia 36-40 tahun dengan jumlah sebanyak 8 responden atau 8%. Hal ini menunjukkan bahwa dari usia wajib pajak kendaraan bermotor yang ada di Kabupaten Wonosobo beragam usia.

4.2.3 Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Karyawan Swasta	26	26%
2	Buruh	13	13%
3	Mahasiswa	20	20%
4	PNS	9	9%
5	Wiraswasta	9	9%
6	Lain-lain	23	23%
Total		100	100%

Sumber : Data Primer, Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.4 tersebut dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini adalah sebagian besar bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 26 responden atau 26% dan sebagian kecil bekerja sebagai PNS dan Wiraswasta yang masing-masing berjumlah 9 responden atau 9%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pekerjaan wajib pajak kendaraan bermotor yang ada di Kabupaten Wonosobo mayoritas bekerja sebagai karyawan swasta.

Untuk data karakteristik responden dapat dilihat pada Lampiran 2 halaman 81.

4.3 Uji Validitas dan Reabilitas

4.3.1 Uji Validitas

Berdasarkan ini hasil pengujian validitas instrumen penelitian yang di dalam tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4.5
 Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Sosialisasi Pajak (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), Biaya Kepatuhan (X₃), Kesadaran Wajib Pajak (X₄)

Indikator	Rxy	r-tabel	Keterangan
X1.1	0,114	0,195	Gugur
X1.2	0,421	0,195	Valid
X1.3	0,378	0,195	Valid
X1.4	0,555	0,195	Valid
X1.5	0,504	0,195	Valid
X1.6	0,660	0,195	Valid
X2.1	0,389	0,195	Valid
X2.2	0,662	0,195	Valid
X2.3	0,362	0,195	Valid
X2.4	0,639	0,195	Valid
X2.5	0,605	0,195	Valid
X2.6	0,633	0,195	Valid
X2.7	0,452	0,195	Valid
X2.8	0,513	0,195	Valid
X2.9	0,466	0,195	Valid
X3.1	0,142	0,195	Gugur
X3.2	0,229	0,195	Valid
X3.3	0,158	0,195	Gugur
X4.1	0,398	0,195	Valid
X4.2	0,437	0,195	Valid
X4.3	0,497	0,195	Valid
X4.4	0,544	0,195	Valid
Y.1	0,354	0,195	Valid

Y.2	0,408	0,195	Valid
Y.3	0,365	0,195	Valid
Indikator	Rxy	r-tabel	Keterangan
Y.4	0,632	0,195	Valid
Y.5	0,463	0,195	Valid
Y.6	0,442	0,195	Valid
Y.7	0,026	0,195	Gugur
Z.1	0,381	0,195	Valid
Z.2	0,556	0,195	Valid
Z.3	0,427	0,195	Valid
Z.4	0,512	0,195	Valid
Z.5	0,438	0,195	Valid
Z.6	0,332	0,195	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah, 2018.

Dari Tabel 4.5 tersebut diatas dapat diketahui bahwa nilai $r_{xy} > 0,195$, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel sosialisasi pajak, kualitas pelayanan, biaya kepatuhan, dan kepatuhan wajib pajak adalah 3 gugur dan selebihnya valid. Sedangkan uji validitas variabel sanksi pajak dan kepatuhan wajib pajak adalah valid namun ada 1 yang gugur.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Berikut ini hasil uji reliabilitas instrumen variabel Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan, Kepatuhan Wajib Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Sosialisasi Pajak	0,720	$\geq 0,60$	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,909	$\geq 0,60$	Reliabel
Biaya Kepatuhan	0,872	$\geq 0,60$	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak	0,838	$\geq 0,60$	Reliabel
Sanksi Pajak	0,755	$\geq 0,60$	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,753	$\geq 0,60$	Reliabel

Sumber : Data Primer, Diolah, 2018.

Dari Tabel 4.6 tersebut di atas dapat diketahui bahwa koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka seluruh pertanyaan dalam kuesioner adalah reliabel, sehingga penelitian selanjutnya dapat menggunakan item-item pertanyaan penelitian ini sebagai acuan.

4.4 Analisa Deskriptif Variabel Penelitian

Jawaban responden dari tiap-tiap variabel akan menggunakan nilai maksimum, minimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi yang kemudian akan dianalisis menggunakan analisa deskriptif. Berikut merupakan hasil analisis deskriptif variabel penelitian yang telah dilakukan:

Tabel 4.7
Analisis Deskriptif Variabel Penelitian
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	1	4	3,063	0,55871
X2	100	1	4	3,053	0,56476
X3	100	1	4	2,853	0,79978
X4	100	1	4	3,34	0,60443
Y	100	1	4	3,169	0,60417
Z	100	1	4	3,347	0,60374

Sumber : Data Primer, Diolah, 2018.

Dari hasil analisis data di atas, maka dapat disimpulkan deskriptif masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi pajak (X_1) memiliki nilai minimum sebesar 1, maka responden hanya akan memberikan nilai terendah sebesar 1. Nilai maksimum sebesar 4 yang berarti bahwa responden tidak boleh memberikan nilai diatas 4. Nilai rata-rata sosialisasi pajak yang diberikan oleh 100 responden adalah sebesar 3,063 dan standar deviasi sebesar 0,55871 dari 100 penyebaran data.
2. Kualitas pelayanan (X_2) memiliki nilai minimum sebesar 1, maka responden hanya akan memberikan nilai terendah sebesar 1. Nilai maksimum sebesar 4 yang berarti bahwa responden tidak boleh memberikan nilai diatas 4. Nilai rata-rata kualitas pelayanan yang

diberikan oleh 100 responden adalah sebesar 3,053 dan standar deviasi sebesar 0,56476 dari 100 penyebaran data.

3. Biaya kepatuhan (X_3) memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas biaya kepatuhan adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas biaya kepatuhan adalah sebesar 4. Nilai rata-rata biaya kepatuhan adalah sebesar 2,583 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas biaya kepatuhan, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 2,583. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,79978 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel biaya kepatuhan adalah sebesar 0,79978 dari 100 responden.
4. Kesadaran wajib pajak (X_4) memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh respnden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas kesadaran wajib pajak adalah sebesar 1. Nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas kesadaran wajib pajak adalah sebesar 4. Nilai rata-rata kesadaran wajib pajak adalah sebesar 3,34 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas kesadaran wajib pajak, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3,34. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,60443

memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 0,60443 dari 100 responden.

5. Kepatuhan wajib pajak (Y) memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 1. Dan nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 4. Nilai rata-rata kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 3,169 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas kepatuhan wajib pajak, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3,169. Sedangkan standar deviasi sebesar 0,60417 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 0,60417 dari 100 responden.
6. Sanksi pajak (Z) memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas sanksi pajak adalah sebesar 1. Dan nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa responden tidak boleh memberikan nilai diatas 4. Nilai rata-rata sanksi pajak yang diberikan kepada 100 responden adalah sebesar 3,347 dan standar deviasi sebesar 0,60374 dari penyebaran data kepada 100 responden.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan data *cross section* bukan *times series* sehingga tidak menggunakan uji autokorelasi.

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji Kolmogorov- Smirnov digunakan pada penelitian ini untuk menguji tingkat normalitas data. Hasil analisis uji normalitas dengan uji Kolmogorov- Smirnov adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test*

Variabel	Sig.	Level of Significant	Keterangan
Residual	0,200	0,05	Normal

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.8 hasil analisis uji *kolmogorov-smirnov* dihasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikansi $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terdistribusi normal.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Penyimpangan asumsi model klasik yang lain adalah adanya heteroskedastisitas, artinya varians variabel dalam model tidak sama

(konstan). Pengujian Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *Glejser*. Caranya dengan melihat nilai probabilitas / nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga tidak terkena heteroskedastisitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Glejser*

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
Sosialisasi Pajak (X_1)	0,930	0,05	Homokedastisitas
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,358	0,05	Homokedastisitas
Biaya Kepatuhan (X_3)	0,896	0,05	Homokedastisitas
Kesadaran Wajib Pajak (X_4)	0,443	0,05	Homokedastisitas
Sanksi Pajak (Z)	0,314	0,05	Homokedastisitas
Moderasi $X_1 * Z$	0,754	0,05	Homokedastisitas
Moderasi $X_2 * Z$	0,481	0,05	Homokedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *Glejser* terlihat bahwa nilai signifikansi $> 0,05$.

4.6 Analisis Regresi Linier *Moderate Regression Analysis (MRA)*

Analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier model *Moderate Regression Analysis (MRA)*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi pajak, kualitas pelayanan, biaya kepatuhan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan sanksi pajak sebagai variabel *moderating*. Berikut ini tabel 4.12 hasil regresi linier model *Moderate Regression Analysis (MRA)* dengan metode OLS (*Ordinary Least Square*):

Tabel 4.10
Hasil Regresi Linier Model *Moderate Regression Analysis (MRA)*

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sign.	Hasil
Konstanta	-1,871	-1,013	0,314	
Sosialisasi Pajak (X ₁)	-0,007	-0,598	0,551	Hipotesis Tidak Didukung
Kualitas Pelayanan (X ₂)	1,471	2,267	0,026	Hipotesis Didukung
Biaya Kepatuhan (X ₃)	0,002	0,051	0,960	Hipotesis Tidak Didukung
Kesadaran Wajib Pajak (X ₄)	-0,142	-1,564	0,121	Hipotesis Tidak Didukung
Sanksi Perpajakan (Z)	1,275	2,435	0,017	-
Moderasi X ₁ *Z	0,106	2,846	0,005	Hipotesis Didukung
Moderasi X ₂ *Z	-0,423	-2,244	0,027	Hipotesis Tidak Didukung
R ² : 0,323				
Adjusted R ² : 0,271				
F-statistik : 6,260, Sig. = 0,000				
N : 100				
Variabel Dependen (Y) : Kepatuhan Wajib Pajak				

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = -1,871 - 0,007X_1 + 1,471X_2 + 0,002X_3 - 0,142X_4 + 0,106X_1*Z - 0,423X_2*Z + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) sebesar -1,871 memberikan pengertian tingkat kepatuhan wajib pajak menurun sebesar 1,871 satuan jika seluruh variabel independen sama dengan nol (0).
2. Untuk variabel sosialisasi pajak, diperoleh nilai koefisien sebesar -0,007 dengan β dana negatif yang berarti apabila pada variabel sosialisasi pajak meningkat sebesar 1 satuan, maka tingkat kepatuhan wajib pajak akan menurun 0,007 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
3. Untuk variabel kualitas pelayanan, akan meningkat sebesar 1,471 satuan jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan dengan β dana positif dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
4. Untuk variabel biaya kepatuhan, akan meningkat sebesar 0,002 satuan jika variabel kepatuhan wajib pajak meningkat 1 satuan dengan β dana positif dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
5. Untuk variabel kesadaran wajib pajak, akan menurun sebesar 0,142 satuan jika variabel kesadaran wajib pajak meningkat 1 satuan dengan β dana negatif dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

Laporan hasil uji SPSS dapat dilihat pada Lampiran 7 halaman 105.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Uji t merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Berdasarkan Tabel 4.10 adapun uraian hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

Berdasarkan tabel 4.10 variabel sosialisasi pajak memiliki nilai sig $0,551 \geq 0,05$ dan nilai koefisien sebesar $-0,007$. Sehingga dapat dikatakan bahwa sosialisasi pajak tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Untuk mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak, maka pemerintah dan petugas pajak diharapkan mampu memberikan sosialisasi tentang perpajakan yang lebih luas misalnya mengenai peraturan atau undang-undang yang berlaku yang berhubungan dengan sistem pemungutan dan sanksi perpajakan yang sedang atau akan diberlakukan, tanpa melupakan informasi mendasar tentang manfaat bayar pajak, pemberian NPWP, dan system *self assessment* (Sundah dan Toly, 2014).

Hal ini tidak sesuai dengan yang dijelaskan pada *Theory of planned behaviour* yaitu individu atau kelompok dalam melakukan suatu tindakan dipengaruhi karena adanya niat. Apabila dikaitkan dengan sosialisasi perpajakan, maka wajib pajak dalam melakukan tindakan pemenuhan

keajiban perpajakan dipengaruhi oleh niat. Niat salah satunya dipengaruhi oleh faktor *normatif belief* dimana keyakinan tentang rujukan harapan normatif orang lain berasal dari keyakinan seperti sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh DISPENDA yang diharapkan memotivasi wajib pajak agar taat membayar pajak.

Penelitian ini memberikan hasil yang sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan Sundah dan Toly (2014) yang mengungkapkan bahwa untuk mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak, maka pemerintah dan petugas pajak diharapkan mampu memberikan sosialisasi tentang perpajakan yang lebih luas misalnya mengenai peraturan atau undang-undang yang berlaku yang berhubungan dengan sistem pemungutan dan sanksi perpajakan yang sedang atau akan diberlakukan, tanpa melupakan informasi mendasar tentang manfaat bayar pajak, pemberian NPWP, dan system *self assessment*. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa sosialisasi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hipotesis pertama (H_1) tidak didukung.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

Berdasarkan tabel 4.10 variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sig $0,026 \leq 0,05$ dan nilai koefisien sebesar 1,471. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Diharapkan kantor pajak mampu memberikan pelayanan sesuai yang diharapkan oleh

wajib pajak karena hal tersebut merupakan salah satu cara yang mampu meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak.

Teori atribusi digunakan untuk memahami penyebab perilaku seseorang dalam membentuk suatu kesan. Perlakuan yang diberikan petugas pajak kepada wajib pajak pada saat interaksi akan membentuk suatu kesan. Suatu kesan dapat dikatakan baik jika petugas pajak dapat memberikan pelayanan yang baik, bersikap ramah, dan menjaga sopan santun kepada wajib pajak.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sundah dan Toly (2014) dan Larasati (2017) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah pelayanan petugas SAMSAT untuk membantu wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Menurut Larasati (2017) kualitas pelayanan yang berupa kerapian berpenampilan karyawan dan kecekatan karyawan dalam melaksanakan tugas dapat memberikan nilai lebih bagi wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Menyediakan berbagai fasilitas yang menunjang seperti ruang tunggu yang bersih dan nyaman juga menjadi suatu keharusan bagi Kantor Samsat agar para wajib pajak merasa senang dalam menyelesaikan kewajiban perpajakannya. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hipotesis kedua (H_2) didukung.

3. Pengaruh biaya kepatuhan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

Berdasarkan tabel 4.10 variabel biaya kepatuhan memiliki nilai $t_{sig} = 0,960 \geq 0,05$ dan nilai koefisien sebesar 0,002. Mengartikan bahwa kepatuhan wajib pajak tidak dipengaruhi oleh biaya kepatuhan. Wajib Pajak dapat menjadi tidak patuh dalam melakukan pemenuhan kewajiban pajaknya jika jumlah biaya kepatuhan tidak sesuai dengan yang diperhitungkan.

Teori atribusi menjelaskan tentang penyebab perilaku dalam membentuk suatu kesan. Biaya kepatuhan menentukan perilaku wajib pajak yang mempunyai kesan patuh dalam memenuhi kewajiban pajak. Apabila biaya kepatuhan yang dikeluarkan besar maka timbul kesan bahwa wajib pajak tidak akan patuh untuk memenuhi kewajiban perpajakannya karena akan menambah beban dari wajib pajak itu sendiri.

Hasil dari penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Utama (2013) yang membuktikan bahwa biaya kepatuhan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Biaya kepatuhan yang dimaksud adalah biaya yang harus dikeluarkan wajib pajak terkait dengan pemenuhan kewajiban pajak, bias berupa waktu yang untuk membayar pajak ataupun biaya untuk fotokopi dokumen administrasi. Wajib pajak berharap dapat mengeluarkan biaya seminimal mungkin dalam pemenuhan pajak karena telah berusaha memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan baik (Fuadi dan Mangoting, 2013). Menurut Utama (2013) biaya

kepatuhan yang memberatkan wajib pajak akan cenderung menurunkan tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa biaya kepatuhan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hipotesis ketiga (H_3) tidak didukung.

4. Pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

Berdasarkan tabel 4.10 variabel kesadaran wajib pajak memiliki nilai sig sebesar $0,121 \geq 0,05$ dan nilai koefisien sebesar $-0,142$. Berarti bahwa kepatuhan wajib pajak tidak dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak. Kesadaran wajib pajak akan timbul jika wajib pajak telah memahami beberapa hal penting tentang perpajakan. Jika tidak ada pemahaman tentang itu, maka kesadaran wajib pajak tidak akan muncul pada diri seorang wajib pajak (Larasati, 2017).

Munculnya kesadaran wajib pajak akan ada jika wajib pajak telah memahami tentang arti, manfaat, dan dampak dari pajak. Faktor pertama dari perilaku wajib pajak yang patuh akan perpajakan adalah kesadaran wajib pajak itu sendiri. Jika kesadaran akan pentingnya membayar pajak dan telah mampu dalam membayar pajak, maka akan terjadi peningkatan kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Larasati (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak yang berasal dari kesadaran wajib pajak. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hipotesis keempat (H_4) tidak didukung.

5. Pengaruh sanksi pajak terhadap hubungan sosialisasi pajak dan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

Berdasarkan tabel 4.10 hubungan antara sosialisasi pajak dan kepatuhan wajib pajak memiliki nilai sig sebesar $0,005 \leq 0,05$ dan nilai koefisien sebesar 0,106. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara sosialisasi pajak dan kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaturan tentang sanksi pajak telah dijelaskan dalam undang-undang pajak dimana apabila wajib pajak tidak memenuhi ataupun lalai dalam memenuhi kewajibannya maka sanksi ini akan diberikan. Dikaitkan dengan sosialisasi pajak yang dilakukan diharapkan dapat memberi pemahaman yang cukup kepada wajib pajak tentang ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan termasuk di dalamnya sanksi yang ada. Apabila wajib pajak memahami dengan baik sanksi yang diterima jika melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan pajak maka wajib pajak akan patuh dalam membayar pajak. Pemahaman yang baik itu tidak serta merta didapatkan tetapi melalui kegiatan sosialisasi pajak yang dilakukan sehingga sanksi pajak dapat memperkuat hubungan antara sosialisasi pajak dengan kepatuhan wajib pajak. Hipotesis kelima (H_5) didukung.

6. Pengaruh sanksi pajak terhadap hubungan antara kualitas pelayanan dan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

Berdasarkan tabel 4.10 hubungan antara kualitas pelayanan dan kepatuhan wajib pajak memiliki nilai sig sebesar $0,027 \leq 0,05$ dan nilai koefisien sebesar -0,423. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara sosialisasi pajak dan kepatuhan wajib pajak tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Peraturan tentang sanksi pajak telah dimuat dalam undang-undang pajak dimana apabila wajib pajak tidak memenuhi ataupun lalai dalam memenuhi kewajibannya maka sanksi ini akan diberikan. Namun dalam penelitian ini sanksi pajak tidak mampu mempengaruhi hubungan kualitas pelayanan dengan kepatuhan wajib pajak disebabkan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya tidak lagi berdasarkan bagaimana pelayanan yang diberikan kantor SAMSAT tetapi lebih kepada kesadaran dan niat dari wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, sebagaimana yang diungkapkan oleh Winerungan (2013) bahwa masih rendahnya kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Hipotesis keenam (H_6) tidak didukung.

4.7.2 Analisis Determinasi

R^2 (Koefisien Determinasi) ini digunakan untuk mengukur tingkat pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 (Koefisien Determinasi) mempunyai *range* antara 0-1. Semakin besar nilai R^2

maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Berdasarkan tabel 4.10 Hasil dari regresi dengan metode OLS diperoleh R^2 (Koefisien Determinasi) sebesar 0,323, artinya variabel Sanksi Perpajakan Wajib Pajak kendaraan bermotor yang ada di Kabupaten Wonosobo dapat dijelaskan oleh yaitu Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan, Biaya Kepatuhan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak secara serentak sebesar 32,3%, sedangkan sisanya 67,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

4.7.3 Uji F

Uji f digunakan untuk mengukur pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji f pada tabel 4.10 menunjukkan nilai F_{hitung} (6,260) $> F_{tabel}$ dengan signifikansi F sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian ini layak/fit karena nilai signifikansi $< 0,05$.

4.8 Hasil Uji f^2 (Effect Size)

Uji f^2 dilakukan untuk mengetahui ukuran mengenai signifikansi praktis hasil penelitian yang berupa ukuran besarnya korelasi atau perbedaan. Pada penelitian ini hanya sanksi pajak yang berpengaruh positif terhadap hubungan antara sosialisasi pajak dan kepatuhan pajak sehingga dilakukan uji f^2 . Hasil uji f^2 dapat dilihat pada Tabel 4 dibawah ini :

Tabel 4.11
Hasil Effect Size Sosialisasi Pajak

Endogen Variabel	MAIN MODEL	FULL MODEL
	R Square	R Square
ERP	0,190	0,253
$f^2 = 0,084$ <i>small moderating effect size</i> (Cohen 1988)	$= \frac{R^2 \text{ Full Model} - R^2 \text{ Main Model}}{(1 - R^2 \text{ Full Model})}$ $= \frac{0,253 - 0,190}{1 - 0,253} = \frac{0,063}{0,747} = 0,084$	

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.11, didapat hasil *Rsquare Main Model* sebesar 0,190 dan *Rsquare Full Model* sebesar 0,253, sesuai dengan rumus diatas didapat hasil f^2 sebesar 0,084, sehingga dapat disimpulkan bahwa sanksi pajak berpengaruh lemah dalam mempengaruhi hubungan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.