

**DETERMINAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPATUHAN PELAKU *E-COMMERCE* TERHADAP
KETENTUAN PERPAJAKAN**

Tesis S-2

Program Magister Akuntansi



Oleh:
IRA OKTAVIANA
18919033

**PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis

**DETERMINAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPATUHAN
PELAKU *E-COMMERCE* TERHADAP KETENTUAN PERPAJAKAN**

Diajukan Oleh

Ira Oktaviana

18919033

telah disetujui oleh:

Yogyakarta, 31 Januari 2023

Dosen Pembimbing



The image shows a handwritten signature in black ink, which appears to be 'Dekar Urumsah'. The signature is written over a large, faint watermark of the University of Islam Indonesia logo, which includes the text 'UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA' and Arabic calligraphy.

Dekar Urumsah, SE., S.Si., M.Com.(IS), Ph.D.CFrA.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ira Oktaviana
NIM : 18919033
Program Studi : Magister Akuntansi
Fakultas : Bisnis dan Ekonomika

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tesis ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik disuatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi dan apabila dokumen ilmiah Tesis ini di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 03 Februari 2023



Ira Oktaviana

HALAMAN PENGESAHAN



Yogyakarta, _____

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Dekar Urumsah", is written over a horizontal line.

Drs. Dekar Urumsah, S.Si., M.Com., Ph.D., CFrA.

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Selasa tanggal 17 Januari 2023 Program Studi Akuntansi Program Magister, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis yang disusun oleh :

IRA OKTAVIANA

No. Mhs. : 18919033

Konsentrasi : Perpajakan

Dengan Judul:

**DETERMINAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WP PELAKU
E-COMMERCE PADA PLATFORM ONLINE MARKETPLACE**

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji,
maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I



Drs. Dekar Urumsah, S.Si., M.Com., Ph.D., CFrA.

Penguji II



Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., SAS., Ph.D.

Mengetahui

Ketua Program Studi,



Arief Kaban, SE., SIP., M.Com., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT sebagai rasa syukur atas segala rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul **“DETERMINAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPATUHAN PELAKU E-COMMERCE TERHADAP KETENTUAN PERPAJAKAN”**.

Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Akuntansi (S2) di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. terselesainya penulisan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik dalam proses penelitian maupun selama penulisan. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada:

1. Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Dekar Urumsah, SE., S.Si., M.Com.(IS), Ph.D.CFrA., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dan selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing selama penyusunan tesis ini.

4. Bapak Arief Rahman, S.E., M.Com., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Magister Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
5. Seluruh dosen dan karyawan karyawan dilingkungan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
6. Segenap keluarga besar peneliti yang selalu mendukung, mendoakan dan memberi motivasi demi untuk menyelesaikan tesis ini.
7. Teman-teman Magister Akuntansi angkatan 18 yang telah saling mendukung dan memberikan sumbangan pemikiran sehingga penulisan ini dapat diselesaikan.
8. Kepada seluruh pihak yang telah membantu melancarkan demi terselesainya penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu masukan berupa kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga penelitian ini bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang perpajakan serta bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Januari 2023

Peneliti

Ira Oktaviana

ABSTRAK

Kegiatan bisnis E-Commerce mendatangkan keuntungan yang tidak terlepas dari pengenaan pajak penghasilan penjual. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak pelaku E-Commerce. Objek dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak E-Commerce pada platform online marketplace. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis structural equation modeling (SEM) menggunakan software smartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Kesiapan Teknologi Informasi dan Pemanfaatan Teknologi Informasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku *E-Commerce*. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku E-Commerce untuk memenuhi kepatuhan dalam perpajakan sehingga penerimaan negara juga meningkat.

Kata kunci : Kepatuhan Wajib Pajak, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pajak E-Commerce, Online Marketplace.

ABSTRACT

E-Commerce business activities bring benefits that are inseparable from the imposition of income tax the seller's. The purpose of this study to determine the factors that influence taxpayer compliance as E-Commerce actors. The object in this study is E-Commerce Taxpayers on the online marketplace platform. Data analysis in this study used descriptive analysis and structural equation model analysis (SEM) using smartPLS software. The results of this research indicate that variables of Tax Socialization, Tax Understanding, Taxpayer Awareness, Quality of Service, Information Technology Readiness and Information Technology Utilization have a positive and significant influence the Compliance of Individual Taxpayers E-Commerce. This research expected to be useful for E-Commerce actors to fulfill compliance in taxation so that state revenues also increase.

Keywords : Taxpayer Compliance, Utilization Information Technology,
E-Commerce Tax , Online Marketplace

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Dasar Pajak.....	10
2.1.2 Sistem Pemungutan Pajak	11
2.1.3 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB).....	11
2.1.4 Kepatuhan Wajib Pajak	12
2.1.5 Sosialisasi Perpajakan.....	13
2.1.6 Pemahaman Perpajakan.....	14
2.1.7 Kualitas Pelayanan Perpajakan.....	15
2.1.8 Kesadaran Wajib Pajak.....	15
2.1.9 Kesiapan Teknologi Informasi	17
2.1.10 Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19

2.3 Pengembangan Hipotesis	26
2.3.1 Hubungan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kesadaran WP	26
2.3.2 Hubungan Sosialisasi Perpajakan terhadap Pemahaman Perpajakan. 26	
2.3.3 Hubungan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kesadaran WP	27
2.3.4 Hubungan Kualitas Pelayanan Perpajakan Terhadap Kesadaran WP 27	
2.3.5 Hubungan Kesadaran WP Terhadap Kepatuhan WPOP Pelaku <i>E-Commerce Pada Platform Online Marketplace</i>	28
2.3.6 Hubungan Kualitas Pelayanan Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP Pelaku <i>E-Commerce Pada Platform Online Marketplace</i>	28
2.3.7 Hubungan Kesiapan Teknologi Informasi Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi	29
2.3.8 Hubungan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepatuhan WPOP Pelaku <i>E-Commerce Pada Platform Online Marketplace</i>	29
2.4 Kerangka Konseptual	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4 Pengukuran Variabel Penelitian	33
3.4.1 Sosialisasi Perpajakan.....	34
3.4.2 Pemahaman Perpajakan	34
3.4.3 Kualitas Pelayanan Perpajakan.....	35
3.4.4 Kesadaran Wajib Pajak.....	36
3.4.5 Kesiapan Teknologi Informasi	36
3.4.6 Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	37
3.5 Metode Analisis Data	38
3.6 Model Pengukuran (<i>Other Model</i>)	38
3.6.1 Uji Validitas Data	39
3.6.2 Uji Reabilitas Data.....	39
3.7 Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	39
3.7.1 Uji <i>R-Square</i>	39

3.7.2 Uji <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	40
3.8 Uji Hipotesis.....	40
3.8.1 Uji <i>Path Coefficient</i>	40
3.8.2 Uji T-Statistik	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL.....	41
4.1 Analisi Data	41
4.1.1 Karakteristik Responden	41
4.1.1 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia	41
4.1.2 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pendidikan	41
4.1.3 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pendapatan	42
4.1.4 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Kepemilikan NPWP	43
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	43
4.2.1 Uji Validitas	43
4.2.2 Uji Reliabilitas	44
4.1.3 Analisis Deskripsi Penelitian	45
4.3.1 Variabel Pemahaman Perpajakan	45
4.3.2 Variabel Sosialisasi Perpajakan	46
4.3.3 Variabel Kualitas Pelayanan	47
4.3.4 Variabel Kesiapan Teknologi Informasi	48
4.3.5 Variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi	48
4.3.6 Variabel Kesadaran Wajib Pajak	49
4.3.7 Variabel Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku <i>E-Commerce</i>	50
4.1.4 Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	50
4.4.1 <i>Outer Model</i>	51
4.4.2 Uji Validitas Diskriminan	52
4.4.3 Pengujian Inner Model atau Struktural Model	53
4.4.4 Analisis <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	54
4.4.5 Hasil <i>Partial Least Square (PLS)</i>	55
4.1.5 Pengujian Hipotesis	56

4.2 Pembahasan	59
4.2.1 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak	59
4.2.2 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Pemahaman Perpajakan.....	60
4.2.3 Pengaruh Pemahaman Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak.....	61
4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kesadaran Wajib Pajak.....	61
4.2.5 Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku <i>E-Commerce</i>	62
4.2.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku <i>E-Commerce</i>	63
4.2.7 Pengaruh Kesiapan Teknologi Informasi terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi	64
4.2.8 Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku <i>E-Commerce</i>	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Kontribusi dan Implikasi Penelitian	68
5.2.1 Kontribusi Penelitian	68
5.2.2. Implikasi Penelitian	68
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	68
5.3.1 Keterbatasan Penelitian	68
5.3.2 Saran Penelitian	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Item Sosialisasi Perpajakan.....	34
Tabel 3.2 Item Pemahaman Perpajakan	35
Tabel 3.3 Item Kualitas Pelayanan Pajak.....	35
Tabel 3.4 Item Kesadaran Wajib Pajak.....	36
Tabel 3.5 Item Kesiapan Teknologi Informasi	36
Tabel 3.6 Item Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	37
Tabel 3.7 Item Kepatuhan WPOP	37
Tabel 4.1 Usia Responden	41
Tabel 4.2 Pendidikan Responden.....	42
Tabel 4.3 Pendapatan Responden	42
Tabel 4.4 Kepemilikan NPWP Responden	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Item-item Variabel	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.7 Penilaian Responden terhadap Sosialisasi Perpajakan	45
Tabel 4.8 Penilaian Responden terhadap Pemahaman Perpajakan.....	46
Tabel 4.9 Penilaian Responden terhadap Kualitas Pelayanan	47
Tabel 4.10 Penilaian Responden terhadap Kesiapan Teknologi Informasi	48
Tabel 4.11 Penilaian Responden terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi	48
Tabel 4.12 Penilaian Responden terhadap Kesadaran Wajib Pajak	49
Tabel 4.13 Penilaian Responden terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku <i>E-Commerce</i>	50
Tabel 4.14 <i>Outer Loadings</i>	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Fornel-Larcker Criterion	52
Tabel 4.16 Hasil Goodness of Fit (GoF)	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Gambar Nilai Analisis Jalur <i>Partial Least Square (PLS)</i>	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner Penelitian.....

Lampiran Rekap Jawaban Responden.....



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pemanfaatan teknologi saat ini tidak hanya untuk berkomunikasi, tetapi juga telah banyak diadopsi oleh organisasi dalam rangka meningkatkan produktivitas dalam menjalankan operasional, termasuk pada transaksi perdagangan barang atau jasa secara *online* (Amornkitvikai *et al.*, 2023). Perkembangan perdagangan secara *online* didukung oleh kemudahan bagi pelaku bisnis dalam memasarkan produknya, sehingga tidak membutuhkan biaya lebih dan tidak membutuhkan toko secara fisik. Kegiatan pembelian dan penjualan produk dan atau jasa melalui media internet dinamakan *electronic commerce*. Transaksi *electronic commerce* dapat diakses dengan mudah di manapun dan kapanpun melalui media elektronik seperti komputer, *gadget*, sehingga pelaku bisnis *online* berbasis *electronic commerce* terus meningkat dengan drastis (Phan, 2021). Kegiatan bisnis termasuk transaksi *electronic commerce* yang mendatangkan keuntungan tentunya tidak akan terlepas dari pengenaan pajak, yaitu pajak penghasilan pihak penjual dan tidak menutup kemungkinan pengenaan pajak yang lain (Indriyani & Jayanto, 2020).

Pajak penghasilan merupakan salah satu sumber penerimaan negara dari sektor pajak, selain sektor migas dan sektor non-pajak lainnya. Berdasarkan sumber penerimaan negara tersebut sektor pajak merupakan sumber penerimaan utama negara dalam memenuhi anggaran negara (Tawas *et al.*, 2017). Sistem yang diterapkan di Indonesia untuk pemungutan pajak menggunakan *self-assessment system* di mana sistem ini membutuhkan kompetensi, kejujuran, kemampuan dan

kesiapan wajib pajak untuk memperhitungkan besarnya beban pajak yang harus dibayar secara mandiri.

Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor S-429/PJ.22/1998 tertanggal 24 Desember tahun 1998 yang dikeluarkan Direktur Jenderal Pajak, yaitu untuk menegaskan kewajiban pembayaran pajak penghasilan dari *electronic commerce*, di antaranya tentang imbauan kepada Wajib Pajak yang melakukan transaksi melalui *electronic commerce*, Surat Edaran DJP Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *electronic commerce*, dan Surat Edaran Nomor SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi *electronic commerce*. Keberadaan surat edaran tersebut tidak dapat memberikan implikasi hukum yang lebih kuat dalam mengatur kepatuhan pelaku *electronic commerce* (Indriyani & Jayanto, 2020).

Meningkatnya transaksi *E-Commerce* di Indonesia pada 11 Januari 2019 Kementerian Keuangan melalui DJP secara resmi mengeluarkan peraturan pengenaan pajak bagi pelaku *E-Commerce*. Ketentuan tersebut tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 tentang perlakuan perpajakan atas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik. Peraturan ini menjelaskan tata cara dan prosedur pemajakan sehingga memudahkan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan pada pelaku *E-Commerce* demi menciptakan perlakuan yang setara dengan pelaku usaha konvensional. Namun sebelum berlakunya PMK-210/PMK.010/2018 pada tanggal 29 Maret 2019 Menteri Keuangan mengumumkan penarikan ketentuan tersebut (Leonardo & Tjen, 2020). Penarikan PMK tersebut dilakukan untuk melakukan koordinasi dan sinkronisasi yang lebih komprehensif antara Kementerian atau Lembaga. Tujuan koordinasi tersebut adalah untuk memastikan agar peraturan

mengenai *E-Commerce* tepat sasaran, adil, efisien dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi digital. Tujuan utama teknologi adalah untuk memudahkan para pengguna dalam hal ini hubungannya dengan kepatuhan wajib Pajak, yaitu layanan *e-filing*. *E-filing* merupakan suatu penyampaian SPT Tahunan yang dilakukan secara *online* dan *realtime* melalui *website* DJP. Layanan *e-filing* sudah semestinya dapat diukur untuk dapat mengetahui apakah manfaat layanan tersebut sudah dirasakan oleh penggunanya atau belum. Oleh karena itu untuk mengetahui tingkat penerimaan teknologi *e-filing* digunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Andika & Yasa, 2020).

Kepatuhan wajib pajak merupakan keadaan di mana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan menggunakan hak perpajakannya (Alya & Iqbal, 2020). Bagi wajib pajak yang tidak patuh terhadap peraturan pajak, maka secara tidak langsung akan menumbuhkan upaya penghindaran pajak (Le *et al.*, 2021). Jika hal tersebut terjadi, maka dapat menyebabkan berkurangnya penerimaan pajak daerah maupun negara (Masud *et al.*, 2020). Oleh karena itu, pemerintah harus terus menumbuhkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak untuk mencapai tujuan pajak yang telah ditetapkan dengan melakukan sosialisasi kesadaran wajib pajak (Marandu *et al.*, 2017).

Sosialisasi perpajakan menjadi penting dalam peningkatan kepatuhan wajib pajak dalam hal ini berupa seminar atau pelatihan pelaporan pajak. Pelatihan dalam deklarasi pajak sangat diperlukan bagi wajib pajak yang menjalankan usaha untuk meningkat pengetahuan pajak. Pengetahuan pajak mengacu pada proses di mana wajib pajak menjadi lebih sadar akan peraturan perpajakan dan informasi perpajakan lainnya (Oladipupo & Obazee, 2017). Penelitian yang dilakukan Indriyani & Jayanto (2020) menyatakan bahwa bersosialisasi perpajakan

berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan pelaku *E-Commerce* dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Akan tetapi hasil penelitian Nopiana & Erni (2018) menunjukkan sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap wajib pajak Kepatuhan terhadap laporan SPT.

Pemahaman ketentuan perpajakan itu penting karena dengan memahami ketentuan perpajakan maka pengusaha akan mengetahui prosedurnya menghitung dan membayar pajak dengan benar dan akurat. Selain itu juga perlu pemahaman tentang akuntansi yang merupakan bagian penting dari kepatuhan dalam penghitungan dan pembayaran pajak. Dengan memahami tata cara yang benar pengusaha dapat mengukur tingkat pendapatan dan biaya dalam menjalankan bisnisnya. Dengan demikian, pengusaha mengetahui keuntungan dari aktivitas usahanya dan mampu menghitung dengan benar pajak yang akan disetorkan (Ramdhani, *et al.*, 2019). Tawas *et al.*, (2017) menyatakan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Suardana & Gayatri (2020) yang mengatakan pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kemauan membayar pajak.

Kualitas pelayanan adalah penilaian seseorang terhadap kinerja yang sebenarnya penyedia layanan berkaitan dengan harapan yang diinginkan (Shatnawi, *et al.*, 2020). Kualitas layanan peran besar dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Nasution *et al.*, 2020). Petugas pajak harus memberikan pelayanan yang baik kepada wajib pajak agar memotivasi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Cimberly *et al.*, (2018) dalam penelitiannya kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat (motivasi wajib pajak).

Desiva & Kholis (2023) mengatakan bahwa untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dapat dilakukan melalui kualitas pelayanan. Hasil penelitian Desiva & Kholis (2023) menyatakan bahwa untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajak kualitas pelayanan harus ditingkatkan oleh aparat pajak.

Tinggi rendahnya kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah kesadaran wajib pajak. Danarsi *et al.*, (2017) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan hal yang penting dalam perpajakan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Kesadaran wajib pajak dapat dilihat dari kesungguhan dan keinginan wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya yang ditunjukkan dalam pemahaman wajib pajak terhadap fungsi pajak dan kesungguhan wajib pajak dalam membayar dan melaporkan pajak. Idealnya untuk mewujudkan sadar dan peduli pajak masyarakat harus terus diajak agar dapat lebih mengetahui, mengakui, menghargai dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku. Hasil penelitian Suryanti & Sari (2018) menunjukkan bahwa kesadaran perpajakan, pelayanan fiskus, dan tingkat pemahaman memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kesiapan teknologi informasi wajib pajak berarti individu dalam hal ini siap menerima perkembangan teknologi yang ada termasuk dengan munculnya sistem *e-filling*. Kesiapan teknologi informasi juga memengaruhi kemajuan pola pikir individu maka semakin individu siap menerima teknologi yang baru berarti semakin maju pemikiran individu tersebut sehingga bisa beradaptasi dengan teknologi yang semakin lama semakin berkembang. Indikator dari variabel kesiapan teknologi informasi wajib pajak adalah kesiapan menerima perkembangan teknologi (koneksi, *software*, *hardware*) dan Sumber daya manusia yang memadai (Daryatno, 2020; Santioso *et al.*, 2018).

Penelitian yang dilakukan Santioso *et al.*, (2018) hasilnya kesiapan teknologi informasi juga berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan *e-filling*.

Penggunaan teknologi dan informasi dalam modernisasi perpajakan yang berbasis *e-system* (system elektronik) diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan terhadap pajak juga dapat meningkatkan kepercayaan (*trust*) masyarakat terhadap administrasi perpajakan. Pemanfaatan teknologi dan informasi khususnya dalam administrasi perpajakan menyebabkan terjadinya berbagai macam perubahan seperti tugas yang dilakukan manusia digantikan oleh tenaga mesin atau elektronik. Menurut Wahyuni (Lestari & Kholis, 2020) apabila persepsi kebermanfaatan seseorang wajib pajak terhadap sistem *e-filling* semakin kuat maka wajib pajak akan bersedia menggunakan fasilitas *e-filling* dalam melaporkan kewajiban perpajakan. Penelitian Nopiana & Erni (2018) menyatakan bahwa sosialisasi pajak dan pemanfaatan teknologi informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan bagi wajib pajak terhadap kepatuhan pelaporan SPT.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan Indriyani & Jayanto (2020), perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel yang diteliti. Pada penelitian ini menambahkan variabel kesiapan teknologi dan pemanfaatan teknologi karena peneliti tertarik untuk mengetahui apakah teknologi telah disiapkan dan dimanfaatkan oleh wajib pajak. Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai kepatuhan Wajib Pajak dengan judul “**Determinan Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Pelaku E-Commerce Terhadap Ketentuan Perpajakan**”, penelitian ini menguji faktor niat wajib pajak untuk melakukan pembayaran pajak. Faktor niat pembayaran pajak atas transaksi *E-Commerce* dalam penelitian menggunakan 2 (dua) aspek yaitu internal dan eksternal. Pengaruh internal berupa pemahaman

perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan pemanfaatan teknologi informasi. Pengaruh eksternal berupa kualitas pelayanan pajak, sosialisasi perpajakan dan adanya penarikan PMK-210/PMK.010/2018 tentang perlakuan perpajakan atas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik.

1.2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang dikaji dan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran WP?
2. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap pemahaman perpajakan?
3. Apakah pemahaman WP berpengaruh terhadap kesadaran WP?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kesadaran WP?
5. Apakah kesadaran WP berpengaruh terhadap kepatuhan WP pelaku *E-Commerce* pada *platform online marketplace*?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan WPOP pelaku *E-Commerce* pada *platform online marketplace*?
7. Apakah kesiapan teknologi informasi berpengaruh terhadap pemanfaatan teknologi informasi?
8. Apakah pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap kepatuhan WPOP pelaku *E-Commerce* pada *platform online marketplace*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kesadaran WP.
2. Mengetahui pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap pemahaman perpajakan.

3. Mengetahui pengaruh pemahaman WP terhadap kesadaran WP.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kesadaran WP.
5. Mengetahui pengaruh kesadaran WP terhadap kepatuhan WP pelaku *E-Commerce* pada *platform online marketplace*.
6. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan WPOP pelaku *E-Commerce* pada *platform online marketplace*.
7. Mengetahui pengaruh kesiapan teknologi informasi terhadap pemanfaatan teknologi informasi.
8. Mengetahui pengaruh pemanfaatan teknologi informasi terhadap kepatuhan WPOP pelaku *E-Commerce* pada *platform online marketplace*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembanding terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis dan dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran.

2. Manfaat Praktis

Bagi Wajib Pajak penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada wajib pajak dan masyarakat sehingga lebih meningkatkan kepatuhan dalam hal perpajakan. Bagi kantor pajak, hasil penelitian ini diharapkan dapat lebih mengoptimalkan pelayanan perpajakan, sehingga dapat menambah Pendapatan Negara dari sektor perpajakan.

1.5. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar tesis terdiri atas lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penyusunan tesis.

BAB II KAJIAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab ini memuat konsep-konsep yang dijadikan landasan teori yang mendasari pemecahan masalah dalam penelitian ini seperti TAM, kepatuhan wajib pajak, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan, kesadaran wajib pajak, pemahaman wajib pajak, kesiapan teknologi, dan pemanfaatan teknologi.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi lokasi penelitian, waktu penelitian, populasi atau sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data dan analisis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan hasil penelitian dan pembahasan terkait determinan faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini mengemukakan simpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran yang berkaitan dengan simpulan.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Pengertian Dasar Pajak

Menurut Siahaan (2017) Pajak adalah pungutan pada masyarakat oleh negara atas dasar hukum yang memaksa dan utang yang harus dibayar tanpa menerima imbalan setimpal secara langsung, hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan. Definisi pajak menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara dalam Perpajakan pasal 1 ayat 1, pajak kontribusi wajib kepada negara yang dibayarkan oleh orang pribadi atau badan paksa menurut hukum. Pembayaran pajak tidak menerima imbalan secara langsung dan biasa kebutuhan nasional untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Mardiasmo, 2018). Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pajak adalah kontribusi rakyat kepada negara tanpa memperoleh timbal balik pemungutannya bersifat memaksa dan digunakan hasil pemungutan pajaknya kebutuhan negara.

Fungsi pokok pajak ada dua yaitu fungsi penerimaan (*budgetair*) dan fungsi mengatur (*regulator*). Fungsi pajak sebagai penerimaan di mana pajak berfungsi sebagai sumber dana yang diperuntukkan bagi pembiayaan pengeluaran-pengeluaran. Seperti dimasukkannya pajak dalam APBN sebagai penerimaan dalam negeri. Fungsi mengatur di mana pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan di bidang sosial dan ekonomi.

Seperti dikenakan pajak yang tinggi terhadap minuman keras sehingga konsumsi minuman keras dapat ditekan.

2.1.2. Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak dibagi menjadi tiga yaitu *official assessment system*, *self assessment system* dan *withholding system* (Mardiasmo, 2018). *Official assessment system* adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak terutang. *Self assessment system* adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang, kepercayaan, tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar. *Withholding system* adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga untuk memotong atau memungut besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

2.1.3. *Theory of Planned Behaviour* (TPB)

Beberapa model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer di antaranya yang tercatat dalam berbagai literatur dan referensi hasil riset di bidang teknologi informasi adalah seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Model *Theory of Planned Behaviour* (TPB) menjelaskan bahwa perilaku yang ditimbulkan oleh individu berasal dari niat untuk melakukan perilaku dan bahwa niat untuk berperilaku ditentukan oleh tiga faktor. Pertama *behavioral beliefs* merupakan keyakinan individu tentang hasil dari perilaku berdasarkan evaluasi dari hasil yang diperoleh. Keduanya *normative beliefs* merupakan keyakinan

tentang ekspektasi normatif orang lain dan memiliki motivasi yang kuat untuk memenuhi ekspektasi tersebut. Ketiga *control beliefs* merupakan keyakinan akan adanya sesuatu mendukung atau menghalangi tindakan yang akan ditampilkan dan persepsinya tentang seberapa besar sesuatu hal yang mendukung dan menghambat tindakannya tersebut (*perceived power*).

2.1.4. Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan pemenuhan kewajiban perpajakan yang dilakukan oleh pembayar pajak dalam rangka memberikan kontribusi bagi pembangunan negara. Kepatuhan wajib pajak muncul ketika wajib pajak berusaha untuk mematuhi peraturan hukum perpajakan yang berlaku baik memenuhi kewajiban atau melaksanakan hak perpajakan. Berdasarkan keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 wajib pajak patuh adalah sebagai berikut:

1. Tepat waktu dalam penyampaian SPT untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir.
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak.
3. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan dalam jangka waktu 10 tahun terakhir.
4. Dalam dua tahun terakhir menyelenggarakan pembukuan dan telah dilakukan pemeriksaan, koreksi pada pemeriksaan yang terakhir untuk tiap-tiap jenis pajak yang terutang paling banyak 5%.
5. Wajib pajak yang laporan keuangannya untuk dua tahun terakhir diaudit oleh akuntan publik dengan pendapat wajar tanpa pengecualian sepanjang tidak memengaruhi laba rugi fiskal.

Kepatuhan wajib pajak menjadi aspek penting mengingat sistem perpajakan di Indonesia menganut *self assessment*, di mana dalam prosesnya memberikan kepercayaan secara mutlak kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan kewajiban pajak. Program-program yang telah dilakukan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak antara lain (www.pajak.go.id):

1. Mengadakan penyuluhan tentang perpajakan.
2. Mengadakan seminar di berbagai profesi serta pelatihan, baik untuk pemerintah maupun swasta.
3. Memasang spanduk yang bertema pajak.
4. Memasang iklan layanan masyarakat di berbagai stasiun televisi.
5. Mengadakan acara *tax goes to campus*.
6. Memberikan penghargaan terhadap wajib pajak patuh pada setiap KPP.

2.1.5. Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi jika dikaitkan dengan bidang perpajakan adalah upaya DJP dalam memberikan informasi dan pembinaan kepada Wajib Pajak mengenai segala sesuatu yang ada korelasinya dengan bidang perpajakan. Ada beberapa poin terkait indikator sosialisasi Ditjen Pajak di mana kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan kesadaran dan rasa peduli pajak (Cynthia & Djauhari, 2020).

1. Penyuluhan, Sosialisasi yang dibentuk oleh Ditjen Pajak dengan menggunakan media massa atau media elektronik menyangkut penyuluhan peraturan perpajakan kepada Wajib Pajak.

2. Berdiskusi langsung, Ditjen Pajak memberikan komunikasi dua arah antara Wajib Pajak dengan petugas pajak (fiskus) maupun masyarakat yang dianggap memberikan pengaruh pada masyarakat sekitar.
3. Informasi langsung dari petugas (fiskus) ke Wajib Pajak. Petugas pajak memberikan informasi langsung kepada Wajib Pajak tentang peraturan perpajakan.
4. Pemasangan *billboard*, Pemasangan *billboard* pada tempat yang strategis dengan berisi pesan singkat berupa kutipan perkataan, pernyataan dengan bahasa penyampaian yang mudah dipahami.
5. Website Ditjen Pajak, Media sosialisasi dalam bentuk website yang dapat diakses internet setiap saat, cepat, mudah, dan lengkap serta *up to date*.

2.1.6. Pemahaman Perpajakan

Menurut Widayanti & Nurlis dalam Mahfud *et al.*, (2017) terdapat beberapa indikator bahwa wajib pajak mengetahui dan memahami peraturan perpajakan. Pertama kepemilikan NPWP setiap wajib pajak yang memiliki penghasilan sebagai salah satu sarana pengadministrasian pajak. Kedua wajib pajak yang telah mengetahui dan memahami kewajiban sebagai wajib pajak maka akan melakukan kewajiban seperti pelaporan SPT dan membayar pajak. Ketiga apabila wajib pajak semakin paham terhadap peraturan perpajakan maka akan semakin paham pula mengenai sanksi yang akan diterima jika melalaikan perpajakan. Keempat pengetahuan dan pemahaman mengenai PTKP, PKP dan tarif pajak. Kelima wajib pajak mengetahui dan memahami peraturan perpajakan melalui sosialisasi yang dilakukan oleh KPP. Keenam wajib pajak mengetahui dan memahami peraturan pajak melalui *training* perpajakan.

2.1.7. Kualitas Pelayanan Perpajakan

Persepsi wajib pajak tentang kualitas pelayanan fiskus dapat diukur dengan indikator sebagai berikut (Cimberly *et al.*, 2018):

1. Kualitas interaksi bagaimana cara fiskus dalam mengomunikasikan pelayanan pajak kepada wajib pajak sehingga wajib pajak puas dengan pelayanannya.
2. Kualitas lingkungan bagaimana peranan kualitas lingkungan dari kantor pajak sendiri dalam melayani pajak.
3. Hasil kualitas pelayanan, pelayanan fiskus dapat memberikan kepuasan terhadap wajib pajak sehingga persepsi wajib pajak terhadap fiskus akan baik dan berdampak meningkatnya kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas interaksi lingkungan serta hasil kualitas pelayanan yang diberikan Kantor Pelayanan Pajak sudah baik. Maka hal tersebut dapat memberikan persepsi positif terhadap pajak yang diharapkan dapat meningkatkan motivasi wajib pajak dalam membayar pajak.

2.1.8. Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak adalah kondisi di mana wajib pajak mengetahui, memahami dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela. Menurut Halawa & Saragih (2017) ada beberapa hal yang perlu menjadi perhatian Direktorat Jenderal Pajak dalam membangun kesadaran dan kepedulian wajib pajak antara lain:

1. Melakukan sosialisasi perpajakan.
2. Memberikan kemudahan dalam segala hal pemenuhan, kewajiban perpajakan, dan meningkatkan mutu pelayanan kepada wajib pajak.

3. Meningkatkan citra *good governance*.
4. Memberikan pengetahuan melalui jalur pendidikan khususnya pendidikan perpajakan.
5. Penegakan hukum yang benar tanpa pandang bulu.
6. Membangun kepercayaan masyarakat terhadap pajak.
7. Merealisasikan program sensus perpajakan nasional.

Berdasarkan literatur dan hasil penelitian didapatkan beberapa faktor internal yang dominan membentuk perilaku kesadaran wajib pajak untuk patuh yaitu (Kristanti, 2021):

1. Persepsi wajib pajak. Kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya akan semakin meningkat jika dalam masyarakat muncul persepsi positif terhadap pajak. Apabila wajib pajak merasa pajak yang dibayar tidak dapat dikelola dengan baik oleh Pemerintah maka Wajib Pajak Orang Pribadi merasa tidak memperoleh manfaat yang nyata dari pajak yang dibayarnya sehingga Wajib Pajak akan cenderung tidak patuh.
2. Tingkat pengetahuan terhadap ketentuan perpajakan yang berlaku. Tingkat pengetahuan dan pemahaman pembayar pajak terhadap ketentuan perpajakan yang berlaku berpengaruh pada perilaku kesadaran membayar pajak. Wajib Pajak yang tidak memahami peraturan perpajakan secara jelas cenderung akan menjadi Wajib Pajak yang tidak taat. Sebaliknya semakin paham Wajib Pajak terhadap peraturan perpajakan maka akan semakin paham atas sanksi yang akan diterima jika melalaikan kewajiban perpajakannya.

3. Kondisi keuangan wajib pajak. Kondisi keuangan adalah kemampuan keuangan perusahaan/orang pribadi yang tercermin dari tingkat profitabilitas dan arus kas. Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kesadaran untuk mematuhi peraturan perpajakan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung melaporkan pajaknya dengan jujur daripada perusahaan yang mempunyai profitabilitas rendah. Perusahaan dengan profitabilitas rendah umumnya mengalami kesulitan keuangan dan cenderung melakukan ketidakpatuhan pajak.

2.1.9. Kesiapan Teknologi Informasi

Kesiapan teknologi informasi wajib pajak berarti individu siap menerima perkembangan teknologi termasuk yang berkaitan dengan pajak. Kesiapan teknologi informasi juga dapat memengaruhi kemajuan pola pikir individu. Semakin siap menerima teknologi yang baru berarti semakin maju pemikiran individu tersebut yaitu bisa beradaptasi dengan teknologi yang semakin lama semakin berkembang (Santioso *et al.*, 2018).

2.1.10. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Teknologi informasi merupakan sekumpulan sumber daya informasi organisasi, peran penggunaannya serta manajemen yang menjalankannya (Santioso *et al.*, 2018). Semua bentuk penggunaan teknologi informasi harus bisa dimanfaatkan dengan baik terutama dalam pelaporan pajak. Teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai aktivitas, sehingga penggunaan internet dengan laptop, handphone maupun komputer PC dapat dimanfaatkan dalam melaporkan pajak. Penggunaan teknologi informasi dalam modernisasi perpajakan yang berbasis *e-system* diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan pajak dan

meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap administrasi perpajakan. Menurut Maflikhah (Nopiana & Natalia, 2018) memberikan beberapa dimensi tentang pemanfaatan teknologi informasi. Kemanfaatan dan efektivitas dengan dimensi masing-masing dikelompokkan sebagai berikut:

1. Kemanfaatan meliputi: pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), bermanfaat (*useful*) dan menambah produktivitas (*increase productivity*).
2. Efektivitas meliputi: mempertinggi efektivitas (*enhance effectiveness*), mengembangkan kinerja pekerja (*improve the job performance*).



2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel Penelitian		Metode, Sampel, Alat Analisis, Teori	Hasil Penelitian
		Independen	Dependen		
1.	Nopiana & Erni (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Sosialisasi Pajak (SosP) • Pemanfaat Teknologi Informasi (PTI) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepatuhan SPT Pelaporan Wajib Pajak 	<p>a. Metode: <i>convenience sampling</i></p> <p>b. Sampel: 298 Wajib Pajak orang pribadi di Kota Batam, Kota Tanjung Pinang dan Kabupaten Bintan Kepulauan di wilayah Kepulauan Riau.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. SP => KP (didukung) 2. PTI => KP (Didukung)
2.	Indriyani & Jayanto (2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Sosialisasi Pajak (SosP) • Pemahaman Perpajakan (PerP) • Kesadaran Wajib Pajak (KSP) • Sanksi Pajak (SanP) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepatuhan Pelaku E-Commerce Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan 	<p>a. Metode: <i>non-probability sampling</i> dengan metode <i>voluntary sampling</i></p> <p>b. Sampel: 65 responden</p> <p>c. Alat analisis: PLS</p> <p>d. Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. SosP => KP (tidak didukung). 2. PerP => KP (didukung) 3. KSP => KP (didukung) 4. Sanp => KP (didukung)

No	Peneliti	Variabel Penelitian		Metode, Sampel, Alat Analisis, Teori	Hasil Penelitian
		Independen	Dependen		
3.	Ningsih (2019)	<ul style="list-style-type: none"> ● Pemahaman Peraturan Pajak (PPP) ● Tarif Pajak (TP) ● Lingkungan Wajib Pajak (LWP) ● Kesadaran Wajib Pajak (KesWP) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Kepatuhan Wajib Pajak (KepWP) 	<p>a. Metode: <i>simple random sampling method</i></p> <p>b. Sampel: 100 responden</p> <p>c. Alat analisis: analisis regresi berganda menggunakan</p> <p>d. Alat Analisis: SPSS</p>	<p>1. Pemahaman peraturan pajak, tarif pajak dan lingkungan tidak wajib terhadap kewajiban wajib pajak pengguna e-commerce.</p> <p>2. KesWP => KepWP</p>
4.	Lestari & Nur (2020)	<ul style="list-style-type: none"> ● Pemahaman Pajak (PP) ● Kebermanfaatan (KF) ● Kemudahan Penggunaan (KP) ● Faktor Sosial (FS) ● Kesiapan Teknologi Informasi (KTI) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Penggunaan E Filling (PE) 	<p>a. Metode: menggunakan rumus <i>Roscoe</i></p> <p>b. Sampel: 60 responden wajib pajak badan pengguna <i>e-filling</i> yang telah terdaftar di KPP Pratama Surakarta 2020</p> <p>c. Alat analisis: analisis regresi berganda</p> <p>d. Teori : <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)</p>	<p>1. KF => PE (didukung)</p> <p>2. PP, KP, FS, KTI (tidak didukung)</p>

No	Peneliti	Variabel Penelitian		Metode, Sampel, Alat Analisis, Teori	Hasil Penelitian
		Independen	Dependen		
5.	Sutari & Urumsah (2023)	Penerapan <i>e-filling</i> , sosialisasi pajak, pengetahuan pajak, dan sanksi pajak.	Kepatuhan pajak wajib pajak orang pribadi dan kesadaran pajak.	Populasi penelitian ini adalah seluruh wajib pajak orang pribadi yang bekerja di Universitas Gadjah Mada dengan sampel penelitian diambil secara random sampling dan penelitian dilakukan pada tahun 2021. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program SmartPLS dalam menganalisis variabel penelitian.	Kepatuhan pajak dipengaruhi oleh empat faktor yaitu penerapan <i>e-filling</i> , sosialisasi perpajakan, sanksi pajak, pengetahuan pajak dan kesadaran pajak sebagai variabel intervening.
6.	Wulandari (2020)	Pemahaman, Sanksi Perpajakan, dan Preferensi Risiko	Kepatuhan Wajib Pajak	Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada wajib pajak dengan pendekatan purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan dengan analisis regresi Linear berganda serta analisis pemoderasi pendekatan uji nilai selisih mutlak	Hasil penelitian ini menemukan bahwa pemahaman serta sanksi memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Preferensi Risiko juga mampu memoderasi pemahaman serta sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

No	Peneliti	Variabel Penelitian		Metode, Sampel, Alat Analisis, Teori	Hasil Penelitian
		Independen	Dependen		
7.	Santioso (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Kegunaan (PKeg) • Persepsi Kemudahan (Pkem) • Kesiapan Teknologi Informasi (KTI) • Keamanan dan Kerahasiaan (KK) 	<ul style="list-style-type: none"> • Minat Perilaku Penggunaan <i>E-filling</i> (MPPE) 	<p>a. Metode: <i>sampling insidental</i></p> <p>b. Sampel: 100 responden</p> <p>c. Alat analisis: analisis regresi berganda</p> <p>d. Teori: <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA)</p>	1. PKeg, Pkem, KTI, SosP, TP, PemP => MPPE (didukung)
8.	Subarkah & Dewi (2017)	Pemahaman, kesadaran, kualitas pelayanan, dan ketegasan sanksi.	Kepatuhan wajib pajak orang pribadi.	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei lapangan. Populasinya adalah pembayar pajak individu yang terdaftar dan melakukan pembayaran pajak pribadi di KPP Pratama Sukoharjo, sampel 35 orang dengan teknik <i>sampling quota sampling non-probability sampling</i>. Metode</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan: Pemahaman wajib pajak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan pajak individu pada KPP Sukoharjo. Kesadaran berpengaruh positif dan signifikan pada kepatuhan pajak individu pada KPP Sukoharjo. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak di KPP</p>

				<p>pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-5 poin. Metode analisis data meliputi: uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi Linear berganda dan uji hipotesis.</p>	<p>Sukoharjo perorangan. Ketegasan sanksi positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak di KPP Sukoharjo perorangan. Pengertian, kesadaran, kualitas pelayanan dan ketegasan memberikan sanksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak di KPP Sukoharjo wajib pajak pribadi.</p>
--	--	--	--	--	--

No	Peneliti	Variabel Penelitian		Metode, Sampel, Alat Analisis, Teori	Hasil Penelitian
		Independen	Dependen		
9.	Tene <i>et al.</i> , (2017)	Pemahaman wajib pajak (X1), kesadaran pajakan (X2), sanksi pajak (X3) dan pelayanan fiskus (X4).	Kepatuhan wajib pajak orang pribadi	Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi Linear berganda dan diuji dengan menggunakan program SPSS versi 24.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak, kesadaran pajak dan sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Manado, sedangkan pelayanan fiskus tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Manado. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa pemahaman wajib pajak, kesadaran perpajakan, sanksi pajak dan pelayanan fiskus sebesar 66,50%, sedangkan sisanya 33,50% dipengaruhi oleh faktor

			ISLAM		lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.
10.	Andika & Yasa (2020)	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kesiapan teknologi informasi.	Penggunaan <i>e-filling</i>	Jumlah wajib pajak orang pribadi dalam penelitian ini adalah 344 wajib pajak. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>Purposive Sampling</i> . Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi berganda dengan menggunakan program SPSS.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi kesiapan teknologi informasi memengaruhi penggunaan <i>e-filling</i> di Kota Singaraja.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Hubungan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kesadaran WP

Sosialisasi perpajakan merupakan upaya dari dirjen Pajak untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya bagi wajib pajak untuk mengetahui perpajakan, baik peraturan maupun prosedur perpajakan dengan metode yang tepat. Sosialisasi pajak bisa diterapkan dalam kegiatan praktek lapangan yang dilakukan berkesinambungan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kesadaran dan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban Perpajakannya. Penelitian mengenai variabel ini dilakukan oleh Wardani & Wati (2018); Boediono *et al.*, (2018) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pertama dapat dirumuskan:

H1: Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran WP.

2.3.2 Hubungan Sosialisasi Perpajakan terhadap Pemahaman Perpajakan

Sosialisasi adalah konsep umum yang diartikan sebagai proses belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, rasakan dan bertindak di mana ini adalah hal-hal yang sangat penting untuk menghasilkan partisipasi sosial yang efektif (Putra *et al.*, 2019). Jika pemerintah berhasil dalam menjalankan sosialisasi perpajakan, maka masyarakat akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pengetahuan pajak dan Kepatuhan pajak juga meningkat. Sosialisasi pajak sangat penting untuk membangun wajib pajak agar lebih memahami perpajakan dan kepatuhan wajib pajak. Hal ini menyebabkan sosialisasi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak saling berkesinambungan dan tidak dapat dipisahkan. Saat sosialisasi perpajakan jelas terarah dan merata, maka pemahaman wajib pajak akan membaik dan secara tidak langsung kepatuhan wajib pajak juga baik. Penelitian pada variabel

ini telah dilakukan oleh Putra *et al.*, (2019), Aprilia *et al.*, (2020) menegaskan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap pemahaman perpajakan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis pertama:

H2: Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap pemahaman perpajakan

2.3.3 Hubungan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kesadaran WP.

Pemahaman yang lebih baik tentang perpajakan formal dan informal akan berdampak positif pada kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak (Meutia *et al.*, 2021). Memahami peraturan perpajakan merupakan proses di mana wajib pajak mengetahui perpajakannya dan menerapkan pengetahuan ini untuk memenuhi kewajiban Perpajakan. Penelitian mengenai variabel ini dilakukan oleh Riyanto & Ningsih (2021); Subarkah & Dewi (2021) menyatakan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak, dari penjelasan tersebut dapat diambil hipotesis penelitian yaitu:

H3: Pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap Kesadaran WP.

2.3.4 Hubungan Kualitas Pelayanan Perpajakan Terhadap Kesadaran WP

Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan pelanggan dan tetap memenuhi standar pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan dan harus dilakukan dengan benar. Peningkatan kualitas pelayanan diharapkan akan menumbuhkan rasa kesadaran masyarakat ingin membayar pajak yang nantinya akan berdampak positif terhadap pendapatan negara. Penelitian mengenai variabel ini dilakukan oleh Riadita & Saryadi (2019); Fitria (2017) Yang mengatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama dapat dirumuskan:

H4: Kualitas Pelayanan Perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran WP.

2.3.5 Hubungan Kesadaran Wajib Pajak Berpengaruh Terhadap Kepatuhan WPOP Pelaku *E-Commerce* Pada *Platform Online Marketplace*

Kesadaran adalah keadaan mengetahui atau memahami, sedangkan Perpajakan adalah tentang perihal pajak. Kesadaran pajak adalah suatu kondisi mengetahui atau memahami pajak. penilaian positif wajib pajak terhadap pelaksanaan fungsi negara oleh pemerintah akan menggerakkan masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. kesadaran wajib pajak mengenai perpajakan diperlukan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Rendahnya kesadaran wajib pajak seringkali menjadi salah satu penyebabnya jumlah potensi pajak yang tidak dipungut. Tingkat kesadaran yang tinggi mengenai pengertian manfaat dan pentingnya pajak bagi kesejahteraan masyarakat dan untuk memajukan pembangunan daerah serta pembangunan secara ke seluruhan dapat mendorong seseorang untuk berpartisipasi dalam mewujudkan tanggung jawab untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Penelitian terkait dilakukan oleh Halawa & Saragih (2017); Fitria (2017) yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian maka hipotesis penelitiannya yaitu:

H5: Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan WPOP pelaku *E-Commerce* pada *platform online marketplace*.

2.3.6 Hubungan Kualitas Pelayanan Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP Pelaku *E-Commerce* Pada *Platform Online Marketplace*

Standar kualitas pelayanan prima kepada wajib pajak akan terpenuhi, jika SDM melakukan tugasnya secara profesional, disiplin dan transparan. Wajib pajak merasa puas atas pelayanan yang diberikan cenderung akan membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Kumala & Renisya, 2019). Semakin baik pelayanan fiskus maka wajib pajak akan memiliki sikap yang positif terhadap proses perpajakan

namun jika pelayanan fiskus tidak baik maka akan membuat wajib pajak enggan untuk membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penelitian terkait dilakukan oleh Kumala & Renisya (2019); Hadi & Mahmudah (2018) yang menyatakan kualitas pelayanan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis keempat dapat dirumuskan:

H6: Kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan WPOP pelaku *E-Commerce* pada *platform online marketplace*.

2.3.7. Hubungan Kesiapan Teknologi Informasi terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi

Indikator kesiapan teknologi informasi wajib pajak adalah kesiapan menerima perkembangan teknologi (koneksi, *software*, *hardware*) dan SDM memadai. Kesiapan wajib pajak dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi berpengaruh terhadap pemanfaatan teknologi informasi. Penelitian terkait dilakukan oleh Juditha (2020); Kaswarina & Adiputra (2021) yang menyatakan kesiapan teknologi informasi berpengaruh terhadap pemanfaatan teknologi informasi. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis keenam dapat dirumuskan:

H7: Kesiapan teknologi informasi berpengaruh terhadap pemanfaatan teknologi informasi.

2.3.8. Hubungan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepatuhan WPOP Pelaku *E-Commerce* pada *Platform Online Marketplace*

Peran teknologi informasi secara *online* dalam pelaporan pajak sangat membantu dan bermanfaat bagi wajib pajak terutama sistem *e-filling* (*user-filling*) yang diterapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Pelaporan pajak dengan adanya teknologi informasi diharapkan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak, karena diberikannya kemudahan dari sistem *e-filling*, mudah dipahami dan dipelajari.

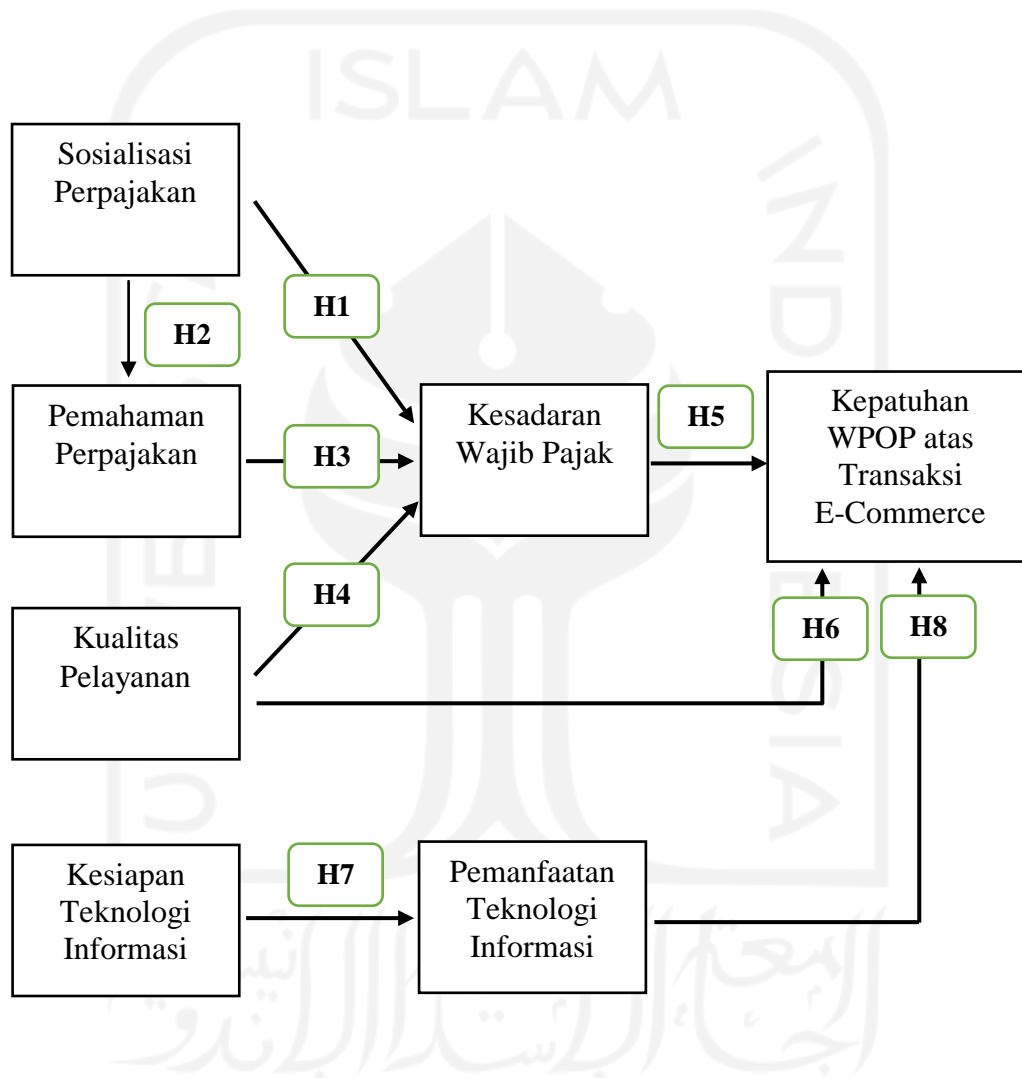
Penelitian terkait dilakukan oleh Rohhanang *et al.*, (2020); Annisah & Susanti (2021) yang menyatakan pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap kepatuhan WP. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis ketiga dapat dirumuskan:

H8: Pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap kepatuhan WPOP pelaku *E-Commerce pada platform online marketplace.*



2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori-teori yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik kerangka berfikir yang bertujuan mempermudah analisis dengan model konseptual. Model konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam menguji dan membuktikan hipotesis dengan cara melakukan berbagai pengujian dan pengolahan data. Pendekatan kuantitatif ini menggunakan instrumen yang nantinya akan menghasilkan data numerik (angka) (Sugiyono, 2017).

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017), populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang dipilih untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi. Objek penelitian ini adalah wajib pajak *E-Commerce* di Indonesia yang memasarkan produknya di marketplace platform online Shopee. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan tujuan, pertimbangan, atau kriteria tertentu. ukuran sampel yang digunakan dalam berbagai penelitian minimal 30 sampel sampai dengan 500 sampel (Sekaran, 2017).

3.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data penelitian ini, yaitu data primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung tangan pertama oleh peneliti. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode

kuesioner. Metode kuesioner merupakan metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM).

3.4. Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel terikat, baik secara positif atau negatif. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam penelitian dan menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi. Analisis dilakukan terhadap variabel dependen untuk mencari solusi dari permasalahan yang diteliti (Sekaran, 2017). Dalam penelitian ini, variabel akan diukur dengan skala Likert 6 poin sangat tidak setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju, sangat tidak setuju, tidak setuju. Jawaban responden yang menyatakan sangat setuju dengan pertanyaan positif yang diajukan mendapat skor 6 dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju mendapat skor 1.

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5	6

3.4.1 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan adalah program-program yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat (Rohhanang *et al.*, 2020; Wardani & Wati, 2018). Indikator sosialisasi perpajakan antara lain penyelenggaraan sosialisasi, media sosialisasi, dan manfaat sosialisasi (Jannah dalam Hartika *et al.*, 2023).

Tabel 3.1
Item Sosialisasi Perpajakan

Kode	Deskripsi Item	Referensi
SP 1	Petugas pajak memberikan penjelasan dan pemahaman tentang pajak	Jannah dalam Hartika <i>et al.</i> , (2023)
SP 2	Petugas pajak memberikan penjelasan ketika Wajib Pajak mendapat kesulitan dalam perpajakan	
SP 3	Petugas pajak melakukan sosialisasi pajak agar Wajib Pajak melaksanakan tindakan sesuai dengan ketentuan peraturan perpajakan	
SP 4	Petugas pajak melakukan penyuluhan pajak untuk memotivasi Wajib Pajak agar patuh untuk membayar pajak	
SP 5	Informasi tentang pajak dapat diakses melalui media elektronik seperti website pajak	

3.4.2 Pemahaman Perpajakan

Pemahaman perpajakan adalah keadaan di mana wajib pajak memiliki pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan, sistem perpajakan, dan fungsi pajak (Wardani & Wati, 2018). Indikator yang digunakan pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan, pengetahuan mengenai sistem perpajakan di Indonesia, dan pengetahuan mengenai fungsi perpajakan.

Tabel 3.2
Item Pemahaman Perpajakan

Kode	Deskripsi Item	Referensi
PP 1	Saya telah mengetahui ketentuan terkait kewajiban PPH 21	Wardani & Wati (2018)
PP 2	Saya telah mengetahui seluruh peraturan mengenai batas waktu pelaporan SPT	
PP 3	Saya memahami sistem perpajakan yang digunakan saat ini (menghitung, memperhitungkan, membayar dan melaporkan sendiri)	
PP 4	Saya memahami NPWP berfungsi sebagai identitas Wajib Pajak dan tiap wajib pajak harus memilikinya	
PP 5	Saya memahami salah satu fungsi pajak sebagai sumber dana bagi negara untuk membiayai pengeluaran rutin negara	

3.4.3 Kualitas Pelayanan Perpajakan

Kualitas pelayanan perpajakan diukur dengan cara meminta partisipasi untuk memberikan pendapatnya terhadap pertanyaan yang terdapat pada kuesioner. Instrumen yang digunakan untuk mengukur pengendalian internal terdiri dari lima item yang diadaptasi dari Kristanti (2021).

Tabel 3.3
Item Kualitas Pelayanan Pajak

Kode	Deskripsi Item	Referensi
KP 1	Perubahan layanan pajak menuju arah yang lebih baik dalam beberapa waktu terakhir	Kristanti (2021)
KP 2	Perubahan kualitas layanan yang terjadi di Ditjen Pajak merupakan bagian dari upaya peningkatan penerimaan negara dari sektor pajak	
KP 3	Aparat pajak cepat tanggap dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi Wajib Pajak	
KP 4	Sumber daya manusia yang dimiliki Ditjen Pajak memiliki kemampuan memadai untuk melaksanakan tugas yang dibebankan	
KP 5	Kemudahan yang diberikan oleh Ditjen Pajak ditujukan agar Wajib Pajak dapat melakukan kewajibannya dimana saja dan kapan saja, sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku	

3.4.4 Kesadaran Wajib Pajak

Variabel kesadaran wajib pajak diukur dengan meminta partisipasi untuk memberikan pendapatnya dalam pertanyaan di kuesioner. Instrumen yang digunakan untuk mengukur pengendalian internal terdiri dari lima item pernyataan yang diadaptasi dari Kristanti (2021).

Tabel 3.4
Item Kesadaran Wajib Pajak

Kode	Deskripsi Item	Referensi
KWP 1	Saya memahami bahwa membayar pajak merupakan kewajiban setiap warga negara	Kristanti (2021)
KWP 2	Saya telah mengetahui seluruh aturan mengenai batas waktu pembayaran pajak dan pelaporan SPT masa dan tahunan	
KWP 3	Ketaatan membayar pajak lemah karena banyaknya korupsi dipemerintahan	

3.4.5. Kesiapan Teknologi Informasi

Kesiapan teknologi informasi wajib pajak (*readiness technology taxpayer information*) menggunakan data primer yang berasal dari kuesioner. Kesiapan teknologi informasi wajib pajak berarti bahwa individu dalam hal ini siap menerima perkembangan teknologi. Variabel kesiapan teknologi informasi diukur dengan meminta partisipan untuk memberikan pendapatnya dalam pertanyaan di kuesioner.

Tabel 3.5
Item Kesiapan Teknologi Informasi

Kode	Deskripsi Item	Referensi
KT 1	Saya mempunyai ketersediaan koneksi internet yang baik	Desmayanti (2017)
KT 2	Saya mempunyai sarana dan fasilitas software dan hardware yang baik	
KT 3	Saya memiliki pemahaman terhadap teknologi terkait transaksi <i>E-Commerce</i>	

3.4.6. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Variabel pemanfaatan teknologi informasi diukur dengan meminta partisipan untuk memberikan pendapatnya dalam pertanyaan di kuesioner.

Tabel 3.6
Item Pemanfaatan Teknologi Informasi

Kode	Deskripsi Item	Referensi
PT 1	Saya memanfaatkan koneksi internet untuk bertransaksi <i>E-Commerce</i> dengan baik	Desmayanti (2017)
PT 2	Saya menggunakan teknologi dalam pelaporan seperti menggunakan <i>e-filing</i>	
PT 3	Adanya teknologi informasi dapat meningkatkan kualitas pelayanan pajak	

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepatuhan WPOP. Variabel kepatuhan wajib pajak adalah kondisi di mana wajib pajak memenuhi kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakan (Wardani & Wati, 2018). Indikator kepatuhan wajib pajak yang digunakan mendaftar, menghitung, membayar dan melaporkan.

Tabel 3.7
Item Kepatuhan WPOP

Kode	Deskripsi Item	Referensi
KWPE 1	Saya mendaftarkan NPWP atas kemauan sendiri	Wardani & Wati (2018)
KWPE 2	Saya mampu melakukan perhitungan pajak dengan benar	
KWPE 3	Saya selalu melaporkan dan menyampaikan SPT ke Kantor Pajak tepat waktu sebelum batas terakhir	
KWPE 4	Saya telah mengetahui batas akhir dalam pelaporan pajak	
KWPE 5	Saya telah menjalankan kewajiban pajak secara tepat waktu	

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan perangkat lunak *Partial Least Square (PLS)*. *partial Least Square (PLS)* adalah metode analisis yang *powerfull* dan andal dengan meniadakan asumsi *Ordinary Least Square (OLS)* regresi, data harus terdistribusi secara normal, multivariate, dan tidak ada masalah multikolinearitas antar variabel eksogen, sehingga sering disebut sebagai *soft modeling*. *Partial Least Squares (PLS)* dapat mengatasi masalah identifikasi model tidak ada masalah untuk model *recursive* (model yang memiliki satu arah kausalitas) dan menghindari masalah untuk model *non-recursive* (model timbal balik) dengan SEM berbasis *covariance* yang menggunakan iterasi *algoritma* terdiri dari seri *OLS* (Latan & Ghozali, 2017). Model ini mendefinisikan variabel laten sebagai agregat linear dari indikator-indikator. *Weight estimate* dilakukan untuk membuat komponen skor variabel laten diperoleh tergantung bagaimana *inner model* (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *outer model* (model pengukuran yang menyatakan hubungan antara indikator dengan konstruksinya) ditentukan.

3.6. Model Pengukuran (*Outer Model*)

3.6.1. Uji Validitas Data

Pengujian ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sunjoyo *et al.*, 2017). Uji validitas data menguji ketelitian yang diukur dengan alat ukur yang tepat. Validitas ditentukan dengan mengkorelasikan skor setiap item. Kriteria untuk mengukur validitas suatu data adalah jika *r*-hitung (koefisien korelasi) lebih

besar dari r-tabel (nilai kritis) maka dapat dikatakan valid, selain itu jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid.

3.6.2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Setiap alat pengukur sebaiknya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha* (α). Pengambilan keputusan berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* (α), dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* (α) $> 0,70$ (Sunjoyo *et al.*, 2017).

3.7. Model Pengukuran (Inner Model)

3.7.1. Uji *R-Square*

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengukuran koefisien determinasi menggunakan *Adjusted R Square*. Pengukuran ini untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independennya, sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model.

Nilai *Adjusted R Square* berkisar nol sampai satu. Nilai *Adjusted R Square* mendekati angka nol, maka dapat diartikan bahwa variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat kecil. Jika nilai *Adjusted R Square* mendekati angka satu maka dapat diartikan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2017).

3.7.2. Uji Goodness of Fit (GoF)

Goodness of Fit (GoF) merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural serta menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model. GoF dihitung dari rata-rata kuadrat *average communality index* dan *average R-square*. Interpretasi nilai Gof adalah 0,10 (GoF kecil), 0,25 (GoF sedang) dan 0,36 (GoF tinggi) (Latan & Ghozali, 2017).

3.8. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis sebagai alat pendukung keputusan di mana peneliti akan mengevaluasi hasil penelitian dengan apa yang ingin dicapai sebelumnya. Pengujian hipotesis menggunakan *software* PLS dengan metode *bootstrapping*, dengan cara melihat t-statistik dan angka *Path Coefficient*.

3.8.1. Uji *Path Coefficient*

Path coefficient adalah model analisis jalur sistematis yang tujuannya adalah untuk membandingkan jalur yang berbeda secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi perantara antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2017).

3.8.2. Uji t-Statistik

Uji-t bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh sebuah variabel independen secara individual untuk menjelaskan variabel dependen. Uji t dapat dilihat dari nilai t-hitung > t-tabel (1,96) atau sig. < 0,05 maka dapat disimpulkan signifikan (Latan & Ghozali, 2017).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Data

4.1.1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 145 responden, maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden sebagai berikut.

1. Usia

Berdasarkan usia maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Usia Responden

No	Usia (th)	Jumlah	Persentase
1	< 20 th	1	0,7%
2	21 s/d 30 th	62	42,8%
3	31 s/d 40 th	75	51,7%
4	41 s/d 50 th	7	4,8%
Total		145	100,0%

Sumber: Data Primer, Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah terbanyak berusia antara 31 th s/d 40 tahun sebanyak 75 (51,7%) responden dan sebagian kecil berusia < 20 tahun sebanyak 1 (0,7%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa usia sebagian wajib pajak *E-Commerce* mayoritas pada usia dewasa awal sampai dewasa pertengahan.

2. Pendidikan

Berdasarkan pendidikan maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SLTA	49	33,8%
2	Diploma	19	13,1%
3	Sarjana	77	53,1%
Total		145	100,0%

Sumber: Data Primer, Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah terbanyak berpendidikan S1 sebanyak 77 (53,1%) responden dan sebagian kecil berpendidikan Diploma sebanyak 19 (13,1%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian wajib pajak *E-Commerce* mayoritas berpendidikan tingkat tinggi.

4. Pendapatan

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

Tabel 4.3
Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	< Rp. 5.000.000	69	47,6%
2	Rp. 10.000.000 s/d Rp. 20.000.000	26	17,9%
3	Rp. 20.000.000 s/d Rp. 30.000.000	34	23,4%
4	Rp. 30.000.000 s/d Rp. 40.000.000	12	8,3%
5	> Rp. 50.000.000	4	2,8%
Total		145	100,0%

Sumber: Data Primer, Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah terbanyak berpendapatan < Rp. 5.000.000 sebanyak 69 (47,6%) responden dan sebagian kecil berpendapatan > Rp. 50.000.000 sebanyak 4 (2,8%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian wajib pajak *E-Commerce* mayoritas berpendapatan rendah.

4. Kepemilikan NPWP

Berdasarkan kepemilikan NPWP maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Kepemilikan NPWP Responden

No	Kepemilikan NPWP	Jumlah	Persentase
1	Ya	145	100,0%
2	Tidak	0	0,0%
Total		145	100,0%

Sumber: Data Primer, Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah semua responden memiliki NPWP sebanyak 145 (100,0%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa semua wajib pajak *E-Commerce* memiliki NPWP.

4.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas Pemahaman Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Kesiapan Teknologi Informasi, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce*.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Item-item Variabel

Variabel	AVE	Nilai Kritis	Keterangan
Pemahaman Perpajakan	0,672	0,5	Valid
Sosialisasi Perpajakan	0,709	0,5	Valid
Kualitas Pelayanan	0,740	0,5	Valid
Kesiapan Teknologi Informasi	0,677	0,5	Valid
Pemanfaatan Teknologi Informasi	0,677	0,5	Valid
Kesadaran Wajib Pajak	0,702	0,5	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku <i>E-Commerce</i>	0,688	0,5	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Dari Tabel 4.5 tersebut di atas dapat diketahui bahwa nilai AVE > 0,5, sehingga seluruh item-item pertanyaan pada variabel Pemahaman Perpajakan,

Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Kesiapan Teknologi Informasi, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce* adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Berikut ini hasil uji reliabilitas variabel Pemahaman Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Kesiapan Teknologi Informasi, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce*.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Pemahaman Perpajakan	0,878	0,911	0,70	Reliabel
Sosialisasi Perpajakan	0,897	0,924	0,70	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,912	0,934	0,70	Reliabel
Kesiapan Teknologi Informasi	0,762	0,863	0,70	Reliabel
Pemanfaatan Teknologi Informasi	0,775	0,870	0,70	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak	0,788	0,876	0,70	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku <i>E-Commerce</i>	0,882	0,916	0,70	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Dari Tabel 4.6 diketahui bahwa koefisien Cronbach's Alpha $> 0,70$, sehingga seluruh item-item pertanyaan pada variabel Pemahaman Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Kesiapan Teknologi Informasi, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce* adalah reliabel.

4.1.3. Analisis Deskripsi Penelitian

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari responden telah di rekapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui Pemahaman Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Kesiapan Teknologi Informasi, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce*. Berikut ini analisis deskriptif variabel penelitian.

1. Variabel Pemahaman Perpajakan

Berikut ini disajikan tabel analisis deskripsi variabel pemahaman perpajakan.

Tabel 4.7
Penilaian Responden terhadap Pemahaman Perpajakan

Item Variabel	Rata-rata	Kategori
Saya telah mengetahui ketentuan terkait kewajiban PPH 21	4,85	Tinggi
Saya telah mengetahui seluruh peraturan mengenai batas waktu pelaporan SPT.	4,85	Tinggi
Saya paham dengan sistem perpajakan yang digunakan saat ini (menghitung, memperhitungkan, membayar dan melaporkan sendiri).	5,08	Tinggi
Saya paham NPWP berfungsi sebagai identitas Wajib Pajak dan tiap wajib pajak harus memilikinya.	5,10	Tinggi
Saya paham salah satu fungsi pajak adalah sebagai sumber dana bagi negara untuk membiayai pengeluaran rutin negara.	5,21	Sangat Tinggi
Pemahaman Perpajakan	5,05	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.7 dari 145 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui sebagian besar responden menilai Pemahaman Perpajakan, Tinggi (Mean 5,05). Hal ini menunjukkan bahwa responden telah mengetahui ketentuan terkait kewajiban PPH 21, responden telah mengetahui seluruh peraturan mengenai batas waktu pelaporan SPT, responden paham dengan sistem perpajakan yang digunakan saat ini (menghitung, memperhitungkan, membayar dan melaporkan sendiri), responden paham NPWP berfungsi sebagai identitas Wajib Pajak dan

tiap wajib pajak harus memilikinya, juga responden paham salah satu fungsi pajak adalah sebagai sumber dana bagi negara untuk membiayai pengeluaran rutin negara.

2. Variabel Sosialisasi Perpajakan

Berikut ini disajikan tabel analisis deskripsi variabel sosialisasi perpajakan.

Tabel 4.8
Penilaian Responden terhadap Sosialisasi Perpajakan

Item Variabel	Rata-rata	Kategori
Petugas pajak memberikan penjelasan dan pemahaman tentang pajak.	5,13	Tinggi
Petugas pajak memberikan penjelasan ketika Wajib Pajak mendapat kesulitan dalam perpajakan.	4,99	Tinggi
Petugas pajak membuat website pajak agar Informasi tentang pajak dapat diketahui melalui media elektronik.	4,90	Tinggi
Petugas pajak melakukan penyuluhan pajak untuk memotivasi Wajib Pajak agar patuh untuk membayar pajak	5,01	Tinggi
Petugas pajak melakukan sosialisasi pajak agar Wajib Pajak melaksanakan tindakan sesuai dengan ketentuan peraturan perpajakan	5,28	Sangat Tinggi
Sosialisasi Perpajakan	5,06	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.8 dari 145 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui sebagian besar responden menilai Sosialisasi Perpajakan, Tinggi (Mean 5,06). Hal ini menunjukkan bahwa petugas pajak memberikan penjelasan dan pemahaman tentang pajak, petugas pajak memberikan penjelasan ketika wajib pajak mendapat kesulitan dalam perpajakan, petugas pajak membuat website pajak agar Informasi tentang pajak dapat diketahui melalui media elektronik, pajak melakukan penyuluhan pajak untuk memotivasi wajib pajak agar patuh untuk membayar pajak dan petugas pajak melakukan sosialisasi pajak agar wajib pajak melaksanakan tindakan sesuai dengan ketentuan peraturan perpajakan.

3. Variabel Kualitas Pelayanan

Berikut ini disajikan tabel analisis deskripsi variabel kualitas pelayanan.

Tabel 4.9
Penilaian Responden terhadap Kualitas Pelayanan

Item Variabel	Rata-rata	Kategori
Saya merasakan perubahan menuju arah yang lebih baik di Ditjen Pajak dalam beberapa waktu terakhir.	5,14	Tinggi
Saya merasakan sumber daya manusia yang dimiliki Ditjen Pajak memiliki kemampuan memadai untuk melaksanakan tugas yang dibebankan.	5,17	Sangat Tinggi
Saya merasakan pelayanan dan cepat tanggapnya aparat pajak dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi Wajib Pajak	5,06	Tinggi
Saya merasa segala perubahan yang terjadi di Ditjen Pajak merupakan bagian dari upaya peningkatan penerimaan negara dari sektor pajak	5,12	Tinggi
Kemudahan yang diberikan oleh Ditjen Pajak ditujukan agar Wajib Pajak dapat melakukan kewajibannya di mana saja dan kapan saja, sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku	5,04	Tinggi
Kualitas Pelayanan	5,10	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.9 dari 145 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui sebagian besar responden menilai Kualitas Pelayanan, Tinggi (Mean 5,10). Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan perubahan menuju arah yang lebih baik di Ditjen Pajak dalam beberapa waktu terakhir, responden merasakan sumber daya manusia yang dimiliki Ditjen Pajak memiliki kemampuan memadai untuk melaksanakan tugas yang dibebankan, responden merasakan pelayanan dan cepat tanggapnya aparat pajak dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi Wajib Pajak, responden merasa segala perubahan yang terjadi di Ditjen Pajak merupakan bagian dari upaya peningkatan penerimaan negara dari sektor pajak dan kemudahan yang diberikan oleh Ditjen Pajak ditujukan agar Wajib Pajak dapat melakukan kewajibannya di mana saja dan kapan saja sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

4. Variabel Kesiapan Teknologi Informasi

Berikut ini disajikan tabel analisis deskripsi variabel kesiapan teknologi informasi.

Tabel 4.10
Penilaian Responden terhadap Kesiapan Teknologi Informasi

Item Variabel	Rata-rata	Kategori
Tersedianya koneksi internet yang baik.	5,14	Sangat Tinggi
Tersedianya sarana dan fasilitas <i>software</i> dan <i>hardware</i> yang baik.	4,81	Tinggi
SDM yang paham akan teknologi.	4,99	Tinggi
Kesiapan Teknologi Informasi	4,98	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.10 dari 145 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui sebagian besar responden menilai Kesiapan Teknologi Informasi, Tinggi (Mean 4,98). Hal ini menunjukkan bahwa tersedianya koneksi internet yang baik, tersedianya sarana dan fasilitas *software* dan *hardware* yang baik, dan SDM yang paham akan teknologi.

5. Variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi

Berikut ini disajikan tabel analisis deskripsi variabel pemanfaatan teknologi informasi.

Tabel 4.11
Penilaian Responden terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi

Item Variabel	Rata-rata	Kategori
Koneksi internet sudah dimanfaatkan dengan baik.	5,29	Sangat Tinggi
Sudah menggunakan teknologi dalam pelaporan seperti menggunakan <i>e-filling</i>	4,91	Tinggi
Adanya teknologi informasi dapat meningkatkan kualitas pelayanan	5,34	Sangat Tinggi
Pemanfaatan Teknologi Informasi	5,18	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.11 dari 145 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui sebagian besar responden menilai Pemanfaatan Teknologi Informasi, Sangat Tinggi (Mean 5,18). Hal ini menunjukkan bahwa koneksi internet sudah dimanfaatkan dengan baik, sudah menggunakan teknologi dalam pelaporan seperti menggunakan *e-filling* dan adanya teknologi informasi dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

6. Variabel Kesadaran Wajib Pajak

Berikut ini disajikan tabel analisis deskripsi variabel kesadaran wajib pajak.

Tabel 4.12
Penilaian Responden terhadap Kesadaran Wajib Pajak

Item Variabel	Rata-rata	Kategori
Saya paham bahwa membayar pajak merupakan kewajiban setiap warga negara	5,32	Sangat Tinggi
Saya telah mengetahui seluruh aturan mengenai batas waktu pembayaran pajak dan pelaporan SPT masa dan tahunan.	5,03	Tinggi
Saya telah mengetahui seluruh ketentuan yang dilarang dalam undang-undang dan peraturan pajak	4,98	Tinggi
Kesadaran Wajib Pajak	5,11	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.12 dari 145 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui sebagian besar responden menilai Kesadaran Wajib Pajak, Sangat Tinggi (Mean 5,11). Hal ini menunjukkan bahwa responden paham membayar pajak merupakan kewajiban setiap warga negara, responden telah mengetahui seluruh aturan mengenai batas waktu pembayaran pajak dan pelaporan SPT masa dan tahunan dan responden telah mengetahui seluruh ketentuan yang dilarang dalam undang-undang dan peraturan pajak.

7. Variabel Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce*

Berikut ini disajikan tabel analisis deskripsi variabel kepatuhan wajib pajak pelaku *E-Commerce*.

Tabel 4.13
Penilaian Responden terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
Pelaku *E-Commerce*

Item Variabel	Rata-rata	Kategori
Saya mendaftarkan NPWP atas kemauan sendiri.	5,02	Tinggi
Saya mampu melakukan perhitungan pajak dengan benar.	5,07	Tinggi
Saya selalu melaporkan dan menyampaikan SPT ke Kantor Pajak tepat waktu sebelum batas terakhir.	4,99	Tinggi
Saya telah mengetahui batas akhir dalam pelaporan pajak.	5,19	Tinggi
Saya Menjalankan Kewajiban pajak secara tepat waktu	5,07	Tinggi
Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku <i>E-Commerce</i>	5,07	Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.13 dari 145 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui sebagian besar responden menilai Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce*, Tinggi (Mean 5,07). Hal ini menunjukkan bahwa responden mendaftarkan NPWP atas kemauan sendiri, responden mampu melakukan perhitungan pajak dengan benar, responden selalu melaporkan dan menyampaikan SPT ke Kantor Pajak tepat waktu sebelum batas terakhir dan responden telah mengetahui batas akhir dalam pelaporan pajak.

4.1.4. Analisis *Partial Least Square (PLS)*

1. *Outer Model*

Oleh karena diasumsikan bahwa antar indikator tidak saling berkorelasi, maka ukuran internal konsistensi reliabilitas (Cronbach Alpha) tidak diperlukan untuk menguji reliabilitas konstruk formatif (Ghozali, 2017). Ghozali (2017) juga

menyatakan bahwa konstruk formatif pada dasarnya merupakan hubungan regresi dari indikator ke konstruk maka cara menilainya adalah dengan melihat nilai koefisien regresi tersebut. Jadi jika melihat nilai *weight* masing-masing indikator dan nilai signifikansinya. Nilai *weight* yang disarankan adalah 0,50. Berikut ini hasil *Outer Loadings*.

Tabel 4.14
Outer Loadings

Indikator	<i>Outer Loadings</i>	Nilai Kritis	Keterangan
kp1	0,881	0,5	Valid
kp2	0,870	0,5	Valid
kp3	0,834	0,5	Valid
kp4	0,866	0,5	Valid
kp5	0,848	0,5	Valid
kt1	0,841	0,5	Valid
kt2	0,791	0,5	Valid
kt3	0,836	0,5	Valid
kwp1	0,852	0,5	Valid
kwp2	0,847	0,5	Valid
kwp3	0,813	0,5	Valid
kwpe1	0,728	0,5	Valid
kwpe2	0,918	0,5	Valid
kwpe3	0,671	0,5	Valid
kwpe4	0,881	0,5	Valid
kwpe5	0,918	0,5	Valid
pp1	0,806	0,5	Valid
pp2	0,827	0,5	Valid
pp3	0,845	0,5	Valid
pp4	0,803	0,5	Valid
pp5	0,816	0,5	Valid
pt1	0,887	0,5	Valid
pt2	0,758	0,5	Valid
pt3	0,845	0,5	Valid
sp1	0,894	0,5	Valid
sp2	0,792	0,5	Valid
sp3	0,878	0,5	Valid
sp4	0,832	0,5	Valid
sp5	0,811	0,5	Valid

Sumber: Hasil Olah Data *Partial Least Square (PLS)*, 2023.

Hasil analisis diperoleh semua variabel Pemahaman Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Kesiapan Teknologi Informasi, Pemanfaatan

Teknologi Informasi, Kesadaran Wajib Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce* dengan nilai *Outer Loadings* > 0,5, sehingga tidak perlu dilakukan modifikasi model.

2. Uji Validitas Diskriminan

Metode yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan yaitu berdasarkan Fornel Larcker Criterion. Proses perhitungan Fornel-Larcker criterion dilakukan dengan membandingkan akar AVE setiap konstruk terhadap korelasi antar satu konstruk lainnya pada model hipotesis penelitian (Ghozali, 2017). Apabila hasil perhitungan Fornel-Larcker Criterion menunjukkan nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar satu konstruk dengan konstruk lainnya, maka validitas diskriminan dinyatakan baik. Nilai validitas diskriminan berdasarkan Fornel-Larcker Criterion pada model penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Validitas Fornel-Larcker Criterion

Variabel	KP	KT	KWP	KWPE	PP	PT	SP	rho A	Sqrt rho A	Keterangan
KP	0,860							0,914	0,956	Valid
KT	0,736	0,823						0,767	0,876	Valid
KWP	0,682	0,676	0,838					0,794	0,891	Valid
KWPE	0,784	0,787	0,777	0,830				0,891	0,944	Valid
PP	0,797	0,765	0,790	0,842	0,820			0,884	0,940	Valid
PT	0,738	0,804	0,752	0,838	0,745	0,832		0,779	0,883	Valid
SP	0,891	0,683	0,742	0,724	0,749	0,737	0,842	0,899	0,948	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Hasil perhitungan Fornel-Larcker Criterion menunjukkan nilai akar rho A setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar satu konstruk dengan konstruk lainnya, maka validitas diskriminan dinyatakan baik.

3. Pengujian Inner Model atau Struktural Model

Model struktural dievaluasi menggunakan *R-Square* untuk konstruk dependen *Stone-Geisser Q-Square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural (Ghozali, 2017). Di samping melihat nilai *R-Square* model PLS juga dievaluasi dengan melihat *Q-Square Predictive Relevance* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-Square Predictive Relevance* lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q-Square Predictive Relevance* kurang dari 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

$$Q^2 = 1 - (1 - (Rsquare)^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - (0,690)^2) = 0,476$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan nilai *Q-square* dapat dilihat bahwa nilai *Q-square* sebesar 0,476. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pemahaman Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan memiliki tingkat prediksi yang baik terhadap Kesadaran Wajib Pajak.

$$Q^2 = 1 - (1 - (Rsquare)^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - (0,561)^2) = 0,315$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan nilai *Q-square* dapat dilihat bahwa nilai *Q-square* sebesar 0,315. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan memiliki tingkat prediksi yang baik terhadap Pemahaman Perpajakan.

$$Q^2 = 1 - (1 - (Rsquare)^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - (0,788)^2) = 0,621$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan nilai *Q-square* dapat dilihat bahwa nilai *Q-square* sebesar 0,621. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan,

Kesadaran Wajib Pajak dan Pemanfaatan Teknologi Informasi memiliki tingkat prediksi yang baik terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce*.

$$Q^2 = 1 - (1 - (Rsquare)^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - (0,646)^2) = 0,417$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan nilai *Q-square* dapat dilihat bahwa nilai *Q-square* sebesar 0,417. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kesiapan Teknologi Informasi memiliki tingkat prediksi yang baik terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi.

4. Analisis *Goodness of Fit (GoF)*

Goodness of Fit (GoF) merupakan pengukuran kelaikan suatu model. Rumus GoF adalah (Sarwono, 2017):

$$GoF = \sqrt{\overline{com} \times R - square}$$

Di mana sqrt com merupakan rata-rata nilai *communality* dan sqrt R^2 merupakan nilai rata-rata R^2 dalam model.

Tabel 4.16
Hasil *Goodness of Fit (GoF)*

Variabel	<i>Communality</i>	Rata-rata	R^2	<i>GoF</i>	Kategori
Pemahaman Perpajakan	0,884	0,847	0,690	0,764	Layak atau Valid
Sosialisasi Perpajakan	0,899				
Kualitas Pelayanan	0,914				
Kesiapan Informasi Teknologi	0,767				
Pemanfaatan Teknologi Informasi	0,779				
Kesadaran Wajib Pajak	0,794				
Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku <i>E-Commerce</i>	0,891				
			0,788	0,817	
			0,561	0,689	
			0,646	0,740	

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

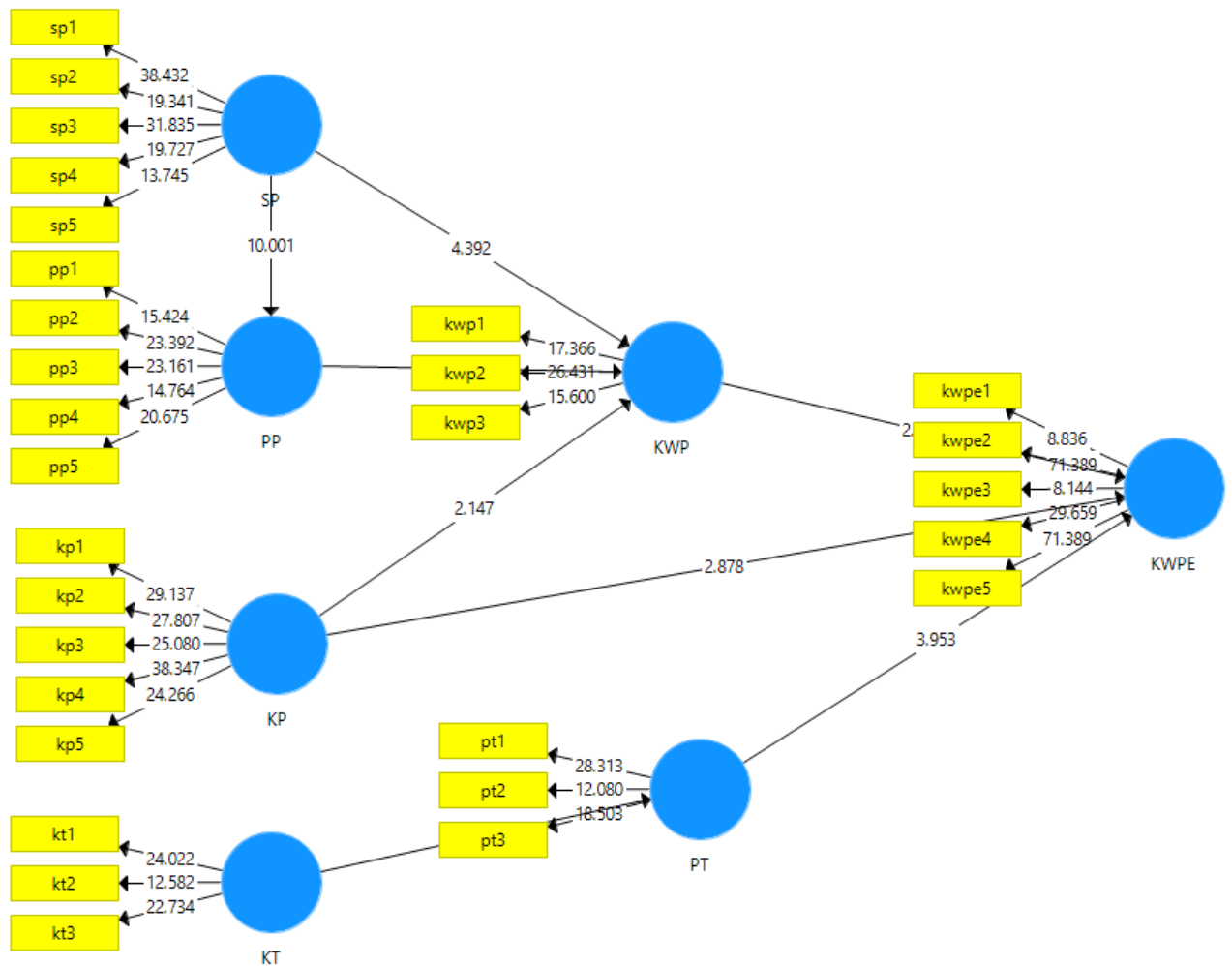
Nilai GoF 0,764, 0,817, 0,689, dan 0,740 diinterpretasikan GoF cukup besar, artinya model pengukuran (*outer model*) dengan model struktural (*inner model*)

sudah layak atau valid.

5. Hasil *Partial Least Square (PLS)*

Analisis dalam penelitian ini adalah analisis *Partial Least Square (PLS)*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel Pemahaman Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Kesiapan Teknologi Informasi, Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kesadaran Wajib Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce*.

Berikut ini tabel hasil *Partial Least Square (PLS)*:



Gambar 4.1. Gambar Nilai Analisis Jalur *Partial Least Square (PLS)*

Berikut ini disajikan Hasil Uji Hipotesis pada Tabel 4.17.

Tabel 4.17
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan antar Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig.	Keterangan
H1	SP → KWP	0,536	4,392	0,000	Didukung
H2	SP → PP	0,749	10,001	0,000	Didukung
H3	PP → KWP	0,619	5,515	0,000	Didukung
H4	KP → KWP	0,289	2,147	0,032	Didukung
H5	KWP → KWPE	0,253	2,366	0,018	Didukung
H6	KP → KWPE	0,293	2,878	0,004	Didukung
H7	KT → PT	0,804	12,622	0,000	Didukung
H8	PT → KWPE	0,432	3,953	0,000	Didukung
N : 145					

Sumber: Hasil Olah Data *Partial Least Square (PLS)*, 2023.

Pada persamaan di atas dapat dilihat pengaruh antar variabel Pemahaman Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Kesiapan Teknologi Informasi, Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kesadaran Wajib Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku *E-Commerce*.

4.1.5. Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak.

Dengan taraf nyata (probabilitas) = 5% = 0,05 dan dari hasil Regresi SEM diperoleh t-hitung = 4,392 dan nilai koefisien 0,536. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai t-hitung (4,392) > t-tabel (1,960) dan sig. 0,000 < 0,05 dengan nilai koefisien 0,536 (positif), maka disimpulkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak.

2. Pengujian Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Pemahaman Perpajakan.

Dengan taraf nyata (probabilitas) = 5% = 0,05 dan dari hasil Regresi SEM diperoleh t-hitung = 10,001 dan nilai koefisien 0,749. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai t-hitung (10,001) > t-tabel (1,960) dan sig. 0,000 < 0,05 dengan nilai koefisien 0,749 (positif), maka disimpulkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemahaman Perpajakan.

3. Pengujian Pengaruh Pemahaman Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak.

Dengan taraf nyata (probabilitas) = 5% = 0,05 dan dari hasil Regresi SEM diperoleh t-hitung = 5,515 dan nilai koefisien 0,619. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai t-hitung (5,515) > t-tabel (1,960) dan sig. 0,000 < 0,05 dengan nilai koefisien 0,619 (positif), maka disimpulkan bahwa variabel Pemahaman Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak.

4. Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kesadaran Wajib Pajak.

Dengan taraf nyata (probabilitas) = 5% = 0,05 dan dari hasil Regresi SEM diperoleh t-hitung = 2,147 dan nilai koefisien 0,289. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai t-hitung (2,147) > t-tabel (1,960) dan sig. 0,013 < 0,05 dengan nilai koefisien 0,289 (positif), maka disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Wajib Pajak.

5. Pengujian Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku *E-Commerce*.

Dengan taraf nyata (probabilitas) = 5% = 0,05 dan dari hasil Regresi SEM diperoleh t-hitung = 2,366 dan nilai koefisien 0,253. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai t-hitung (2,366) > t-tabel (1,960) dan sig. 0,018 < 0,05 dengan nilai koefisien 0,253 (positif), maka disimpulkan bahwa variabel Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku *E-Commerce*.

6. Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku *E-Commerce*.

Dengan taraf nyata (probabilitas) = 5% = 0,05 dan dari hasil Regresi SEM diperoleh t-hitung = 2,878 dan nilai koefisien 0,293. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai t-hitung (2,878) > t-tabel (1,960) dan sig. 0,004 < 0,05 dengan nilai koefisien 0,293 (positif), maka disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku *E-Commerce*.

7. Pengujian Pengaruh Kesiapan Teknologi Informasi terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi.

Dengan taraf nyata (probabilitas) = 5% = 0,05 dan dari hasil Regresi SEM diperoleh t-hitung = 12,622 dan nilai koefisien 0,804. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai t-hitung (12,622) > t-tabel (1,960) dan sig. 0,000 < 0,05 dengan nilai koefisien 0,804 (positif), maka disimpulkan bahwa variabel Kesiapan Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi.

8. Pengujian Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku *E-Commerce*.

Dengan taraf nyata (probabilitas) = 5% = 0,05 dan dari hasil Regresi SEM diperoleh t -hitung = 3,953 dan nilai koefisien 0,432. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai t -hitung (3,953) > t -tabel (1,960) dan sig. 0,000 < 0,05 dengan nilai koefisien 0,432 (positif), maka disimpulkan bahwa variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku *E-Commerce*.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Hal ini dapat diartikan jika sosialisasi perpajakan meningkat, maka kesadaran wajib pajak akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian Bahri (2020); Muhamad *et al.*, (2019); Azizah (2021); Sutari & Urumsah (2023) yang menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Pentingnya pengaruh sosialisasi pajak terhadap kesadaran wajib pajak diketahui karena diketahui bahwa sebagian besar responden menilai sosialisasi pajak tinggi (mean 5,06), sehingga terlihat bahwa kesadaran wajib pajak meningkat, diketahui bahwa sebagian besar responden menilai kesadaran wajib pajak sangat tinggi (rata-rata 5,11). Sosialisasi perpajakan merupakan upaya yang dilakukan oleh Direktur Jenderal Pajak untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya Wajib Pajak agar mereka mengetahui tentang peraturan maupun tata cara perpajakan dengan cara yang tepat termasuk kewajiban pajak

4.2.2. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Pemahaman Perpajakan

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman perpajakan. Hal ini dapat diartikan jika sosialisasi perpajakan semakin meningkat, maka pemahaman tentang perpajakan akan meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Putra *et al.*, (2019), Aprilia *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap Pemahaman perpajakan. Signifikannya pengaruh sosialisasi perpajakan pemahaman terhadap Perpajakan karena kebanyakan responden menilai sosialisasi pajak tinggi (rata-rata 5,06). Sehingga bisa meningkatkan pemahaman perpajakan di mana responden menilai pemahaman pajak tinggi (rata-rata 5,05).

Sosialisasi adalah konsep umum yang diartikan sebagai proses belajar oleh interaksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, merasakan dan bertindak, yang semuanya merupakan hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif (Putra *et al.*, 2019). Pengetahuan wajib pajak atas pajak adalah proses perubahan sikap dan perilaku pajak untuk tujuan pendewasaan manusia melalui pengajaran dan pelatihan. Kurangnya pengetahuan dan wawasan karena sosialisasi yang buruk dapat menyebabkan individu tidak mengerti bagaimana menerapkannya kewajiban perpajakan dan pada akhirnya tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya, sehingga dapat berdampak pada penerimaan pajak negara. Jika pemerintah berhasil melakukan sosialisasi pajak kemudian masyarakat akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang perpajakan juga pengetahuan kepatuhan wajib pajak pun meningkat. Sosialisasi pajak sangat penting untuk lebih memahami wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak. Hal ini mengarah pada sosialisasi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak di masa depan yang tidak dapat dipisahkan. Jika sosialisasi perpajakan jelas, terarah dan merata, maka pemahaman wajib pajak akan baik dan

secara tidak langsung kepatuhan wajib pajak juga baik.

4.2.3. Pengaruh Pemahaman Perpajakan terhadap Kesadaran Wajib Pajak

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pemahaman perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Hal ini dapat diartikan jika pemahaman perpajakan meningkat, maka kesadaran wajib pajak akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Wulandari (2020); Subarkah & Dewi (2017) yang menyatakan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran wajib pajak (Mean 5,05), sehingga didapatkan kesadaran wajib pajak meningkat, diketahui mayoritas responden menilai kesadaran wajib pajak sangat tinggi (Mean 5,11). Pemahaman perpajakan yang lebih baik secara formal maupun informal akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak (Meutia *et al.*, 2021). Memahami peraturan perpajakan adalah suatu proses di mana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan menerapkan pengetahuan tersebut untuk memenuhi kewajiban perpajakannya.

4.2.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kesadaran Wajib Pajak

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Hal ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan meningkat, maka kesadaran wajib pajak akan mengalami peningkatan yang signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Subarkah & Dewi (2017); Ilhamsyah *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Pentingnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kesadaran perpajakan dikarenakan kita mengetahui bahwa sebagian besar responden menilai kualitas pelayanan, Tinggi (Mean 5,10), sehingga dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak di mana sebagian

besar responden diketahui menilai kesadaran wajib pajak sangat tinggi (Mean 5,11). Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan, tetapi tetap memenuhi standar pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan dan harus dilakukan secara terus menerus.

4.2.5. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku *E-Commerce*

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce*. Hal ini dapat diartikan jika kesadaran wajib pajak meningkat, maka kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce* akan mengalami peningkatan yang signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Subarkah & Dewi (2017); Ilhamsyah *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa peningkatan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce*. Signifikansi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce* ini karena diketahui bahwa sebagian besar responden menilai kesadaran wajib pajak sangat tinggi (Mean 5,11). Sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak pelaku *E-Commerce* di mana diketahui bahwa mayoritas responden menilai kepatuhan wajib pajak pelaku *E-Commerce*, tinggi (Mean 5,07).

Kesadaran perpajakan adalah keadaan mengetahui atau mengerti sedangkan perpajakan adalah perihal perpajakan. Kesadaran pajak adalah keadaan mengetahui atau memahami tentang pajak. Penilaian positif wajib pajak terhadap penyelenggaraan fungsi negara oleh pemerintah akan mendorong masyarakat untuk mematuhi kewajibannya membayar pajak. Peningkatan kesadaran wajib pajak

terhadap perpajakan diperlukan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Rendahnya kesadaran wajib pajak seringkali menjadi salah satu penyebab banyaknya potensi pajak yang tidak tertagih. Sikap kesadaran yang tinggi mengenai pemahaman akan manfaat dan pentingnya pajak bagi kesejahteraan masyarakat dan untuk memajukan pembangunan daerah serta pembangunan secara ke seluruhan dapat mendorong seseorang untuk berpartisipasi dalam mencapai tanggung jawabnya dalam pemenuhan kewajiban pajak.

4.2.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku *E-Commerce*

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce*. Hal ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan meningkat, maka kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce* akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian Kumala & Renisya (2019); Subarkah & Dewi (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce*. Signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepatuhan Pelaku Wajib Pajak dikarenakan sebagian besar responden menilai kualitas pelayanan tinggi (mean 5,10). Sehingga dapat meningkatkan Kepatuhan Pelaku Wajib Pajak *E-Commerce* di mana diketahui bahwa sebagian besar responden menilai kepatuhan wajib pajak Pelaku *E-Commerce*, Tinggi (Mean 5,07).

Standar pelayanan wajib pajak yang berkualitas akan tercapai jika sumber daya manusia menjalankan tugasnya secara profesional, disiplin, dan transparan. Wajib pajak yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan cenderung akan membayar pajaknya sesuai dengan peraturan yang berlaku (Kumala & Renisya, 2019). Semakin

baik pelayanan fiskus maka wajib pajak akan memiliki sikap positif terhadap proses perpajakan, namun jika pelayanan fiskus kurang baik maka akan membuat wajib pajak enggan membayar pajak sesuai ketentuan yang berlaku.

4.2.7. Pengaruh Kesiapan Teknologi Informasi terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kesiapan Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi. Hal ini dapat diartikan, jika Kesiapan Teknologi Informasi meningkat, maka Pemanfaatan Teknologi Informasi akan meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Kumala & Renisya (2019); Andela & Irawati (2020) yang menyatakan bahwa Kesiapan Teknologi Informasi berpengaruh signifikan terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi. Signifikannya pengaruh Kesiapan Teknologi Informasi terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi ini karena diketahui sebagian besar responden menilai Kesiapan Teknologi Informasi, Tinggi (Mean 4,98). Sehingga dapat meningkatkan Pemanfaatan teknologi informasi di mana diketahui sebagian besar responden menilai Pemanfaatan teknologi informasi sangat tinggi (Mean 5,18). Indikator kesiapan wajib pajak terhadap teknologi informasi adalah kesediaan menerima perkembangan teknologi (koneksi, *software*, *hardware*) dan sumber daya manusia yang memadai. Kesiapan Wajib Pajak untuk pengembangan teknologi informasi berpengaruh terhadap pemanfaatan teknologi informasi.

4.2.8. Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku *E-Commerce*

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi

pelaku *E-Commerce*. Hal ini dapat diartikan jika pemanfaatan teknologi informasi meningkat, maka kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce* akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Kumala & Renisya (2019); Indriyani & Askandar (2018); Erwanda *et al.*, (2019); Solichah *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku *E-Commerce*. Pentingnya pengaruh penggunaan teknologi informasi terhadap pemahaman perpajakan dikarenakan sebagian besar responden menilai pemanfaatan teknologi informasi, Sangat Tinggi (Mean 5,18). Sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*, di mana diketahui bahwa sebagian besar responden menilai kepatuhan wajib pajak *E-Commerce*, tinggi (Mean 5,07). Peran teknologi informasi secara *online* dalam pelaporan pajak sangat berguna dan menguntungkan bagi wajib pajak, khususnya sistem pengisian *e-filling (user-filling)* dibuat oleh Direktorat Jenderal Pajak. Pelaporan pajak dengan teknologi informasi diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak karena diberikan kemudahan dari sistem *e-filling* yang mudah dipahami dan dipelajari.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak pelaku *E-Commerce* dalam menjalankan kepatuhan perpajakan. Penelitian dilakukan secara online dengan menyebarkan kuesioner melalui google form. Total responden dalam penelitian ini 145 orang dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Hal ini dapat diartikan, jika sosialisasi perpajakan meningkat, maka kesadaran wajib pajak akan mengalami peningkatan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman perpajakan. Hal ini dapat diartikan, jika sosialisasi perpajakan meningkat, maka pemahaman tentang perpajakan akan mengalami peningkatan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pemahaman perpajakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Hal ini dapat diartikan, jika pemahaman perpajakan meningkat, maka kesadaran wajib pajak akan mengalami peningkatan.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran

wajib pajak. Hal ini dapat diartikan, jika kualitas pelayanan meningkat, maka kesadaran wajib pajak akan mengalami peningkatan yang signifikan.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran wajib pajak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib orang pribadi pajak pelaku *E-Commerce*. Hal ini dapat diartikan, jika kesadaran wajib pajak meningkat, maka kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce* akan mengalami peningkatan yang signifikan.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib orang pribadi pajak pelaku *E-Commerce*. Hal ini dapat diartikan, jika kualitas pelayanan meningkat, maka kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce* akan mengalami peningkatan yang signifikan.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesiapan teknologi informasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pemanfaatan teknologi informasi. Hal ini dapat diartikan, jika kesiapan teknologi informasi meningkat, maka pemanfaatan teknologi informasi akan mengalami peningkatan.
8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan teknologi informasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce*. Hal ini dapat diartikan, jika pemanfaatan teknologi informasi meningkat, maka kepatuhan wajib pajak orang pribadi pelaku *E-Commerce* akan mengalami peningkatan yang signifikan.

5.2 Kontribusi dan Implikasi Penelitian

5.2.1 Kontribusi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan, penelitian ini memberikan kontribusi:

1. Dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya yang minat meneliti tentang pajak *E-Commerce*
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku *E-Commerce* untuk memenuhi kepatuhan dalam perpajakan

5.2.2 Implikasi Penelitian

1. Kantor Pelayanan Pajak dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengoptimalkan Kualitas Pelayanan Pajak dan meningkatkan Sosialisasi perpajakan sehingga kepatuhan Wajib Pajak juga meningkat
2. Pelaku *E-Commerce* dapat menggunakan penelitian ini untuk penambahan pengetahuan tentang Pemahaman Perpajakan sehingga pelaku *E-Commerce* dapat lebih meningkatkan kepatuhan dalam Pelaporan Perpajakan

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

5.3.1 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara online dikarenakan pandemi covid-19, saat penyebaran Kuesioner di marketplace online tidak semua penjual bersedia mengisi Kuesioner dikarenakan toko online banyak yang menggunakan customer service atau admin (bukan pemilik toko/owner toko).

5.3.2 Saran Penelitian

1. Sehubungan dengan dominannya (dapat dilihat dari nilai koefisien beta terbesar) pengaruh Kesiapan Teknologi Informasi terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi. Maka dapat diberikan saran untuk lebih meningkatkan Kesiapan Teknologi Informasi dengan cara lebih meningkatkan indikator Kesiapan Teknologi Informasi yang masih belum sangat tinggi (*mean* cukup tinggi atau tinggi). Yaitu dengan cara selalu menggunakan teknologi terkini dan mudah digunakan oleh wajib pajak dalam pelaporan seperti menggunakan teknologi *e-filling*. Dengan demikian maka dapat memaksimalkan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan pada akhirnya Kepatuhan Wajib Pajak akan lebih meningkat lagi.
2. Saran bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa maka dapat menambah variabel biaya pajak, pengetahuan perpajakan, *tax amnesty*, *sunset policy*, sanksi pajak yang dapat meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Amornkitvikai, Y., Tham, S. Y., Harvie, C., & Buachoom, W. W. (2023). *Barriers and Factors Affecting the E-Commerce Sustainability of Thai Micro-, Small- and Medium-Sized Enterprises (MSMEs)*. 1–28.
- Andika, K. D., & Yasa, I. N. P. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Penggunaan e- Filling (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Singaraja). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 10(3), 267–275.
- Andela & Irawati. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Keamanan dan Kerahasiaan Serta Kesiapan Teknologi Informasi terhadap Intensitas Penggunaan E-Filling. *Jurnal Akuntansi*, 2(1), 1–15. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/EPR/article/view/8440>.
- Annisah, C., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pengetahuan Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(2), 262–272. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n2.p262-272>.
- Anshari, A., & Payangan, O. R. (2020). Factors Determinant of *E-Commerce* and Impacts on Increasing Company Performance. *Global Scientific Journal*, 8(6), 2111–2123.
- Aprilia, S., Marlina, S., Nurani, S., & ... (2020). Pengaruh sosialisasi dan pemahaman peraturan perpajakan terhadap kepatuhan wajib Pajak orang pribadi (Studi kasus kpp pratama serpong). *Proceedings ...*, 158–165. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/995>
1.
- Alya, N., & Iqbal, S. (2021). Pengaruh Pemeriksaan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan Berdasarkan Ukuran Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7143>.
- Ayu, G. L., Sriwiyanti, E., & Damanik, E. O. P. (2023). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM terhadap Penerimaan Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Accusi*, 4(1), 31–39.
- Boediono, G. T., Sitawati, R., & Semarang, D. (2018). Analisis Pengaruh Sosialisasi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 22–38.
- Cahyono, W., & Urumsah, D. (2023). Determinan niat penggelapan pajak penghasilan wajib pajak orang pribadi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): model konseptual. *Proceeding of National Conference on*

- Cimberly, P., Manossoh, H., & Wokas, H. R. N. (2018). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Motivasi Dalam Membayar Pajak Penghasilan (Studi Pada Wpop di Kec. Wanea Kota Manado). *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 14(1), 46–55. <https://doi.org/10.32400/gc.13.04.20900.2018>
- Cynthia, N. P., & Djauhari, S. (2020). Pengaruh Pendapatan Wajib Pajak, Sosialisasi, Kualitas Pelayanan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(4), 352–362. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/82169>.
- Daryatno, A. B. (2017). Faktor-faktor yang Memengaruhi Penggunaan E_Filling pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Jakarta Barat. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 97. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v1i1.411>.
- Danarsi, Nurlaela, S., & Subroto, H. (2017). Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Mobil dengan Diberlakukannya Pajak Progresif di Kota Surakarta. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. VOL. 18, NO. 01.
- Desiva, A. H., & Kholis, N. (2023). Pengaruh sosialisasi, fasilitas, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor kep. KINERJA : Jurnal Ekonomi dan Manajemen 19(2), 233–240. 2528-1127 (Online) <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i2.10807>.
- Desmayanti, E. (2017). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penggunaan Fasilitas E-Filling oleh Wajib Pajak sebagai Sarana Penyampaian SPT Masa Secara Online dan Realtime. *Naskah Hasil Penelitian*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Fitria, D. (2017). Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan, Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak. *Journal of Applied Business and Economics*, 4(1), 30–44.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS IBM 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartika, D., Rosnidah, I., & Hidayat, M. T. (2023). Strategy for the Implementation of the Policy for Installing Transaction Recording Equipment as Monitoring Regional Taxes on Restaurant Taxes in Indramayu Regency. *Ijd-Demos*, 4(1), 265–274. <https://doi.org/10.37950/ijd.v4i1.203>.

- Halawa, J., & Saragih, J. L. (2019). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, dan Sikap Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib di KPP Pratama Lubuk Pakam. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 3(2), 243–256. <https://doi.org/10.54367/jrak.v3i2.449>.
- Indriyani, P. D., & Jayanto P. Y. (2020). Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepatuhan WPOP Pelaku *E-Commerce* di Kota Semarang pada *Platform Online Marketplace Blibli.Com*. *Jurnal Moneter7 (1)*: 113-122.
- Ihamsyah, R., Endang, M.G.W., & Dewantara, R.Y. (2017). Pengaruh Pemahaman dan Pengetahuan Wajib Pajak tentang Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8, 1–9.
- Juditha, C. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Desa. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(1), 16–30.
- Kumala, R., & Ayu, R. (2019). Pengaruh Kesadaran Membayar Pajak, Pengetahuan dan Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Kualitas Layanan terhadap Kemauan Membayar Pajak Wajib Orang Pribadi. *Jurnal Eksekutif 16 (2)*: 256-278.
- Kristanti, I.E. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak terhadap Kinerja Penerimaan Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kebumen. *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika* Vol.9 No.2. <https://www.e-journal.polsa.ac.id/index.php/jneti/article/view/175>.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2017). *Partial Least Squares "Konsep dan Aplikasi Smartpls 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lestari, A., & Kholis, N. (2020). Pengaruh Persepsi Pemahaman Pajak, Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Faktor Sosial dan Kesiapan Teknologi Informasi terhadap Penggunaan E-Filing (Studi pada Wajib Pajak Badan di KPP Pratama Surakarta). *Akuntoteknologi*, 1, 1–15.
- Le, H. T. D., Bui, M. T., & Nguyen, G. T. C. (2021). Factors Affecting Electronic Tax Compliance of Small and Medium Enterprises in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 823–832. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.823>.
- Leonardo, P., & Tjen, C. (2020). Penerapan Ketentuan pada Transaksi E-Commerce pada Platform Marketplace. *Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan* 8 (1):45-54.

- Lestari, A., & Kholis, N. (2020). Pengaruh Persepsi Pemahaman Pajak, Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Faktor Sosial dan Kesiapan Teknologi Informasi terhadap Penggunaan *E-filling*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi* 12 (1): 1-15.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan. Edisi Revisi Tahun 2002*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mahfud, Arfan, M., & Abdullah, S. (2017). Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Studi Empiris Pada Koperasi Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Akuntansi*, 6(2), 32–40.
- Masud, A. A., & Payangan, O. R., & Jusni. (2020). Factors Determinant of E-Commerce and Impacts on Increasing Company Performance. *Global Scientific Journal*, 8(6), 2111–2123.
- Marandu, E. E., Mbekomize, C. J., & Ifezue, A. N. (2017). Determinants of Tax Compliance: A Review of Factors and Conceptualizations. *International Journal of Economics and Finance*, 7(9). <https://doi.org/10.5539/ijef.v7n9p207>.
- Mergaliyev, A., Asutay, M., Avdukic, A., & Karbhari, Y. (2021). Higher Ethical Objective (Maqasid al-Shari'ah) Augmented Framework for Islamic Banks: Assessing Ethical Performance and Exploring Its Determinants. In *Journal of Business Ethics* (Vol. 170, Issue 4). Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04331-4>.
- Meutia, T., Ray, S. A., & Rizal, Y. (2021). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Membayar Pajak, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kota Langsa). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (Jmas)*, 2(3), 216–229.
- Ningsih, A. S. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna *E-Commerce*. *E-JRA* 08(01): 82-91.
- Nasution, M. K., Santi, F., Husaini, Fadli, & Pirzada, K. (2020). Determinants of tax compliance: A study on individual taxpayers in Indonesia. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 1401–1418. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(82\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(82))
- Nopiana, P. R., & Natalia, E. Y. (2018). Analisis Sosialisasi Pajak dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Wajib Pajak di Kepulauan Riau. *Jurnal Benefita* 3(2): 277-290.
- Oladipupo, A. O., & Obazee, U. (2017). Tax Knowledge, Penalties and Tax Compliance in Small and Medium Scale Enterprises in Nigeria. *IBusiness* 2 (1): 1-9.

- Phan, S. T. (2021). The effect of pestle factors on development of *E-Commerce*. *International Journal of Data and Network Science*, 5(1), 37–42. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.11.005>.
- Putra, W. E., Kusuma, I. L., & Dewi, M. W. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan di Wilayah Kota Jambi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(1), 43. <https://doi.org/10.29040/jap.v20i1.360>.
- Riyanto, E. A., & Ningsih, T. W. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 589–596. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i3.933>.
- Riadita, F.A., & Saryadi (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 105–113.
- Ramdhani, D., Wibowo, W. Y., Suryani, P., & Jayanto, B. (2019). Pengaruh Moral, Frekuensi Pelatihan Pelaporan Perpajakan, dan Norma Subjektif terhadap Kepatuhan Pajak melalui Pemahaman Akuntansi pada Pelaku Usaha Mikro KPP Pratama Cilegon. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan I (2): 104-121*.
- Rohhanang, H.D., Neno, Mutliha, S., Pereira, S.D., Meliantri, S., & Suropto. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak, dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Prosiding PIM*. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PIM/article/view/11129>.
- Sarwono, J. (2017). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS - SEM)*. Yogyakarta: Andi.
- Santioso, L., Daryatno, A. B., dan Aristha, A. J. (2018). Analisis Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kesiapan Teknologi Informasi, Keamanan dan Kerahasiaan terhadap Minat Perilaku Penggunaan *E-filling*. *Jurnal Akuntansi18 (2): 247-268*.
- Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siahaan, M. P. (2017). *Edisi Revisi Pajak Daerah & Retribusi Daerah*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suryanti, H., & Sari, I.E. (2018). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Pancoran). *Ilmu Kuntansi*, 16(2), 14–26.
- Sunjoyo, R.S., Carolina, V., Magdalena, N., & Kurniawan, A. (2017). *Aplikasi Spss untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Santioso, L., Daryatno, A. B., & Aristha, A. J. (2018). Analisis Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kesiapan Teknologi Informasi, Keamanan dan Kerahasiaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan E-Filling. *Jurnal Akuntansi*, 18(2), 247–268.
- Shatnawi, S. A., Hanefah, M. M., Anwar, N. A. B. M., & Eldaia, M. (2020). The Factors Influencing The Enterprise Risk Management Practices and Firm Performance in Jordan and Malaysia. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(5), 687–702. <https://doi.org/10.35940/ijrte.d8114.018520>.
- Suardana, K. P., & Gayatri, G. (2020). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan dan Perhitungan Tarif Pajak pada Kepatuhan Pajak Mahasiswa Pelaku UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(9), 2311. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i09.p11>.
- Subarkah, J., & Dewi, M. W. (2017). Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Kualitas Pelayanan, dan Ketegasan Sanksi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 17(02), 61–72. <https://doi.org/10.29040/jap.v17i02.210>.
- Sutari, S., & Urumsah, D. (2023). Model konseptual faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak wajib pajak orang pribadi. *of National Conference on Accounting*, 4, 192–200. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art25>.
- Sutari, S., & Urumsah, D. (2023). Model konseptual faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak wajib pajak orang pribadi. *National Conference on Accounting &*, 4, 192–200. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art25>
- Tawas, V. B. J., Poputra, A. T., & Lambey, R. (2016). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Spt Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Pada Kpp Pratama Bitung). *Jurnal EMBA, ISSN 2303-1174*, 4(4), 912–921.

- Tene, J. H., Sondakh, J. J., & Warongan, J. D. (2017). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Pajak, Sanksi Perpajakan dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di KPP Pratama Manado). *Jurnal EMBA, ISSN 2303-1174*, 5(2), 443–453.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan Perpajakan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19358>.
- Windartanti, D., & Urumsah, D. (2023). *di perguruan tinggi menggunakan Pentagon Theory*. 4(99), 167–175. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art22>.
- Wiratan, K., & Harjanto, K. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Filling Oleh Wajib Pajak. *Jurnal Bina Akuntansi*, 5(2), 310–349. <https://doi.org/10.52859/jba.v5i2.25>.
- Wulandari, R. (2020). Analisis Pemahaman dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Preferensi Risiko Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 169. <https://doi.org/10.14414/jbb.v1>

**DETERMINAN FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPATUHAN WP
PELAKU *E-COMMERCE* PADA PLATFORM *ONLINE* MARKETPLACE**

Assalamu'alaikum wr. wb.
Kepada Yth Wajib Pajak
Di Tempat

Saya mengucapkan terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini dilakukan dalam rangka penelitian Tesis program Magister Akuntansi FBE UII (Universitas Islam Indonesia). Dengan judul tesis, "Determinan Faktor yang Memengaruhi Kepatuhan WP Pelaku E-Commerce pada *Platform Online Marketplace* (Studi Kasus terhadap Wajib Pajak *E-Commerce* pada *Platform Online Marketplace* Shopee).

Tidak ada jawaban salah atau benar dalam survei ini dan semua data yg terkumpul akan digunakan untuk keperluan penelitian saja sehingga dijamin kerahasiaannya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan Bpk/Ibu/Sdr.
Terimakasih

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Hormat saya,
Ira Oktaviana

Silakan menjawab untuk jawaban yang paling sesuai menurut anda, dengan memberikan tanda X pada jawaban yang paling sesuai.

1. Jenis kelamin:
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Kelompok usia:
 - a. Kurang dari 20 tahun
 - b. 21 s/d 30 tahun
 - c. 31 s/d 40 tahun
 - d. 41 s/d 50 tahun
 - e. 51 s/d 60 tahun
 - f. Lebih dari 60 tahun
3. Apakah pendidikan terakhir anda?
 - a. SLTA
 - b. Diploma
 - c. Sarjana
 - d. Master
 - e. Doktor
 - f. Profesi
 - g. Lain-lain. Harap disebutkan_____
4. Latar belakang pendidikan:
 - a. Sains dan Teknik (Komputer, Matematika, Fisika, Kimia, Teknik)
 - b. Seni, Sosial dan Humaniora (Sosial, Politik, Budaya, Psikologi, Bahasa, Seni)
 - c. Kesehatan (Kedokteran, Farmasi, Keperawatan, Kesehatan masyarakat)
 - d. Bisnis (Manajemen, Akuntansi, Keuangan, Ekonomi, Pemasaran)
 - e. Hukum
 - f. Pendidikan Lain-lain. Harap disebutkan_____
5. Pendapatan kotor perusahaan per bulan (sebelum pajak):
 - a. Kurang dari Rp. 50.000.000
 - b. Rp. 50.000.000 s/d Rp. 100.000.000
 - c. Rp. 100.000.000 s/d Rp. 500.000.000

- d. Rp. 500.000.000 s/d Rp. 1.000.000.000
 - e. Rp. 1.000.000.000 s/d Rp. 5.000.000.000
 - f. Lebih dari Rp. 5.000.000.000
6. Seberapa lama pengalaman penggunaan internet anda?
- a. 1 s/d 3 tahun
 - b. 3 s/d 6 tahun
 - c. Lebih dari 6 tahun
7. Berapa lama anda menggunakan marketplace?
- a. 6 Bulan
 - b. 1 Tahun
 - c. 2Tahun
 - d. 3 Tahun
8. Jenis barang apa yang anda jual?
- a. Pakaian
 - b. Groceries
 - c. Elektronik
 - d. Makanan

Petunjuk pengisian:

- a. Mohon untuk mengisi pertanyaan di bawah ini dengan sebenar-benarnya.
- b. Berilah tanda (X) pada pilihan yang telah disediakan.

Untuk menjawab silakan menggunakan skala sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Agak Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5	6

Sejauh mana anda setuju atas pernyataan-pernyataan di bawah ini. Silakan menggunakan skala di atas.

Lampiran Rekap Jawaban Responden

Resp	Sosialisasi Perpajakan					Skor	Pemahaman Perpajakan					Skor	Kualitas Pelayanan					Skor
	Item Pernyataan						Item Pernyataan						Item Pernyataan					
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	4	5	6	5	5	5.00	4	4	4	4	4	4.00	5	5	4	4	5	4.60
2	3	5	4	3	4	3.80	5	5	5	5	5	5.00	3	4	3	3	3	3.20
3	4	5	4	5	5	4.60	5	5	5	6	5	5.20	6	5	5	4	5	5.00
4	4	3	5	5	6	4.60	3	2	3	5	5	3.60	6	5	5	4	5	5.00
5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
6	4	3	4	4	5	4.00	5	4	3	4	6	4.40	4	5	5	4	4	4.40
7	6	6	6	6	6	6.00	6	6	6	6	6	6.00	6	6	6	6	6	6.00
8	3	2	2	2	6	3.00	5	3	3	5	6	4.40	3	4	2	3	5	3.40
9	5	4	5	5	5	4.80	5	4	5	6	5	5.00	5	5	4	4	5	4.60
10	1	2	2	1	2	1.60	2	2	1	1	1	1.40	1	1	2	2	2	1.60
11	6	5	5	3	6	5.00	6	6	6	6	6	6.00	6	6	5	5	6	5.60
12	5	5	3	3	6	4.40	6	6	6	6	6	6.00	6	6	4	4	6	5.20
13	4	5	2	2	4	3.40	4	5	5	5	5	4.80	3	3	3	4	4	3.40
14	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	4	5	5	4.80
15	4	5	4	4	4	4.20	3	3	4	3	4	3.40	5	4	4	3	5	4.20
16	5	6	6	6	3	5.20	6	6	6	6	6	6.00	6	6	6	6	6	6.00
17	5	6	6	6	6	5.80	2	2	3	6	6	3.80	6	4	3	3	6	4.40
18	6	5	5	5	5	5.20	5	6	5	5	5	5.20	5	5	6	5	5	5.20
19	4	5	5	4	5	4.60	4	4	4	5	4	4.20	4	4	4	4	4	4.00
20	5	5	4	4	4	4.40	5	5	5	4	5	4.80	4	5	5	4	4	4.40
21	3	3	4	5	4	3.80	6	5	4	6	5	5.20	5	5	5	4	5	4.80
22	6	6	6	5	6	5.80	5	5	5	6	5	5.20	5	5	5	5	5	5.00
23	5	4	4	3	4	4.00	4	3	5	4	4	4.00	5	4	3	4	4	4.00
24	4	5	5	4	4	4.40	4	4	4	3	5	4.00	4	5	4	5	4	4.40
25	4	4	5	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
26	4	5	5	6	6	5.20	5	4	5	5	6	5.00	5	5	5	6	5	5.20
27	5	5	4	6	5	5.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	3	4	4	3.80
28	1	1	1	1	2	1.20	1	1	1	2	2	1.40	2	2	1	2	2	1.80
29	4	3	5	4	4	4.00	4	5	3	5	4	4.20	4	4	4	4	4	4.00
30	4	5	4	4	5	4.40	5	4	4	4	4	4.20	5	4	5	5	5	4.80
31	6	6	6	6	4	5.60	5	4	5	5	6	5.00	4	4	4	3	4	3.80
32	5	5	5	5	5	5.00	4	4	4	5	5	4.40	5	6	4	4	4	4.60
33	4	4	3	5	6	4.40	6	5	5	6	6	5.60	6	5	4	4	4	4.60
34	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
35	6	6	6	6	6	6.00	6	6	6	6	6	6.00	6	6	6	6	6	6.00

Resp	Sosialisasi Perpajakan					Skor	Pemahaman Perpajakan					Skor	Kualitas Pelayanan					Skor
	Item Pernyataan						Item Pernyataan						Item Pernyataan					
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
36	4	4	4	5	5	4.40	5	5	4	4	4	4.40	4	4	4	4	4	4.00
37	3	3	3	3	4	3.20	6	6	6	6	6	6.00	3	3	3	3	3	3.00
38	5	4	5	5	6	5.00	5	5	5	5	6	5.20	4	5	4	5	5	4.60
39	4	5	4	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
40	2	3	2	3	2	2.40	2	3	3	2	2	2.40	2	2	3	3	2	2.40
41	3	3	2	2	2	2.40	3	3	3	3	3	3.00	3	2	2	4	3	2.80
42	4	4	5	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
43	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
44	5	4	5	5	4	4.60	5	4	4	5	4	4.40	4	5	4	4	5	4.40
45	5	5	6	5	6	5.40	5	5	3	6	6	5.00	5	6	5	5	4	5.00
46	3	3	3	3	3	3.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
47	5	4	4	5	6	4.80	5	5	6	5	6	5.40	4	5	5	5	5	4.80
48	5	5	4	4	4	4.40	5	5	5	4	4	4.60	4	4	4	5	5	4.40
49	5	6	5	4	5	5.00	5	5	4	5	5	4.80	5	4	4	5	5	4.60
50	4	3	3	3	5	3.60	5	5	3	6	6	5.00	5	5	5	5	6	5.20
51	4	4	4	3	5	4.00	4	4	3	4	4	3.80	4	4	4	3	5	4.00
52	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3.00
53	6	6	5	5	5	5.40	5	5	6	6	6	5.60	5	5	6	5	5	5.20
54	4	3	4	4	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00	4	3	4	4	4	3.80
55	5	5	5	5	6	5.20	5	5	5	5	6	5.20	5	6	5	5	5	5.20
56	5	6	6	6	6	5.80	3	3	2	4	5	3.40	6	6	6	4	6	5.60
57	3	4	3	5	3	3.60	3	3	3	3	3	3.00	3	5	5	5	4	4.40
58	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	6	6	5.40	5	5	6	6	6	5.60
59	5	5	5	5	5	5.00	6	6	6	6	6	6.00	5	6	5	5	5	5.20
60	5	6	5	6	5	5.40	4	5	6	6	5	5.20	6	6	6	6	5	5.80
61	6	6	5	6	6	5.80	5	6	6	6	6	5.80	5	6	5	6	6	5.60
62	6	5	5	6	6	5.60	4	5	5	4	6	4.80	5	5	6	6	5	5.40
63	6	5	6	5	6	5.60	5	5	6	5	6	5.40	5	6	6	6	5	5.60
64	6	4	5	5	6	5.20	5	5	6	5	5	5.20	6	5	6	5	5	5.40
65	6	5	5	6	5	5.40	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60
66	5	6	6	5	6	5.60	6	4	5	6	5	5.20	5	6	6	5	5	5.40
67	6	5	6	5	6	5.60	5	6	5	5	6	5.40	6	5	5	6	6	5.60
68	6	6	5	5	6	5.60	6	5	6	6	5	5.60	6	6	5	6	6	5.80
69	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60	6	6	5	6	5	5.60
70	6	6	5	5	6	5.60	6	5	6	6	5	5.60	6	6	5	6	6	5.80

Resp	Sosialisasi Perpajakan					Skor	Pemahaman Perpajakan					Skor	Kualitas Pelayanan					Skor
	Item Pernyataan						Item Pernyataan						Item Pernyataan					
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
71	6	5	6	5	6	5.60	5	5	6	5	6	5.40	5	6	6	6	5	5.60
72	6	5	5	6	5	5.40	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60
73	6	6	5	6	6	5.80	5	6	6	6	6	5.80	5	6	5	6	6	5.60
74	6	5	5	6	6	5.60	4	5	5	4	6	4.80	5	5	6	6	5	5.40
75	5	6	6	5	6	5.60	6	4	5	6	5	5.20	5	6	6	5	5	5.40
76	6	4	5	5	6	5.20	5	5	6	5	5	5.20	6	5	6	5	5	5.40
77	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60	6	6	5	6	5	5.60
78	6	5	6	5	6	5.60	5	6	5	5	6	5.40	6	5	5	6	6	5.60
79	5	6	5	6	5	5.40	4	5	6	6	5	5.20	6	6	6	6	5	5.80
80	6	6	5	6	6	5.80	5	6	6	6	6	5.80	5	6	5	6	6	5.60
81	6	6	5	5	6	5.60	6	5	6	6	5	5.60	6	6	5	6	6	5.80
82	6	5	5	6	6	5.60	4	5	5	4	6	4.80	5	5	6	6	5	5.40
83	5	6	6	5	6	5.60	6	4	5	6	5	5.20	5	6	6	5	5	5.40
84	6	5	5	6	5	5.40	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60
85	6	4	5	5	6	5.20	5	5	6	5	5	5.20	6	5	6	5	5	5.40
86	6	5	6	5	6	5.60	5	5	6	5	6	5.40	5	6	6	6	5	5.60
87	6	5	6	5	6	5.60	5	6	5	5	6	5.40	6	5	5	6	6	5.60
88	5	6	5	6	5	5.40	4	5	6	6	5	5.20	6	6	6	6	5	5.80
89	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60	6	6	5	6	5	5.60
90	6	6	5	6	6	5.80	5	6	6	6	6	5.80	5	6	5	6	6	5.60
91	6	5	6	5	6	5.60	5	6	5	5	6	5.40	6	5	5	6	6	5.60
92	6	5	5	6	6	5.60	4	5	5	4	6	4.80	5	5	6	6	5	5.40
93	5	6	5	6	5	5.40	4	5	6	6	5	5.20	6	6	6	6	5	5.80
94	5	6	6	5	6	5.60	6	4	5	6	5	5.20	5	6	6	5	5	5.40
95	6	4	5	5	6	5.20	5	5	6	5	5	5.20	6	5	6	5	5	5.40
96	6	6	5	5	6	5.60	6	5	6	6	5	5.60	6	6	5	6	6	5.80
97	6	5	6	5	6	5.60	5	5	6	5	6	5.40	5	6	6	6	5	5.60
98	6	5	5	6	5	5.40	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60
99	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60	6	6	5	6	5	5.60
100	6	5	5	6	5	5.40	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60
101	6	4	5	5	6	5.20	5	5	6	5	5	5.20	6	5	6	5	5	5.40
102	6	5	6	5	6	5.60	5	5	6	5	6	5.40	5	6	6	6	5	5.60
103	6	6	5	5	6	5.60	6	5	6	6	5	5.60	6	6	5	6	6	5.80
104	5	6	6	5	6	5.60	6	4	5	6	5	5.20	5	6	6	5	5	5.40
105	6	6	5	6	6	5.80	5	6	6	6	6	5.80	5	6	5	6	6	5.60
106	5	6	5	6	5	5.40	4	5	6	6	5	5.20	6	6	6	6	5	5.80
107	6	5	6	5	6	5.60	5	6	5	5	6	5.40	6	5	5	6	6	5.60
108	6	5	5	6	6	5.60	4	5	5	4	6	4.80	5	5	6	6	5	5.40
109	5	6	5	5	5	5.20	5	4	6	4	5	4.80	5	6	4	5	4	4.80
110	6	5	5	6	6	5.60	4	5	5	4	6	4.80	5	5	6	6	5	5.40

Resp	Sosialisasi Perpajakan					Skor	Pemahaman Perpajakan					Skor	Kualitas Pelayanan					Skor
	Item Pernyataan						Item Pernyataan						Item Pernyataan					
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
111	5	6	6	5	6	5.60	6	4	5	6	5	5.20	5	6	6	5	5	5.40
112	6	4	5	5	6	5.20	5	5	6	5	5	5.20	6	5	6	5	5	5.40
113	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60	6	6	5	6	5	5.60
114	6	5	6	5	6	5.60	5	6	5	5	6	5.40	6	5	5	6	6	5.60
115	5	6	5	6	5	5.40	4	5	6	6	5	5.20	6	6	6	6	5	5.80
116	6	6	5	6	6	5.80	5	6	6	6	6	5.80	5	6	5	6	6	5.60
117	6	6	5	5	6	5.60	6	5	6	6	5	5.60	6	6	5	6	6	5.80
118	6	5	5	6	6	5.60	4	5	5	4	6	4.80	5	5	6	6	5	5.40
119	5	6	6	5	6	5.60	6	4	5	6	5	5.20	5	6	6	5	5	5.40
120	6	5	5	6	5	5.40	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60
121	6	4	5	5	6	5.20	5	5	6	5	5	5.20	6	5	6	5	5	5.40
122	6	5	6	5	6	5.60	5	5	6	5	6	5.40	5	6	6	6	5	5.60
123	6	5	6	5	6	5.60	5	6	5	5	6	5.40	6	5	5	6	6	5.60
124	5	6	5	6	5	5.40	4	5	6	6	5	5.20	6	6	6	6	5	5.80
125	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60	6	6	5	6	5	5.60
126	6	6	5	6	6	5.80	5	6	6	6	6	5.80	5	6	5	6	6	5.60
127	6	5	6	5	6	5.60	5	6	5	5	6	5.40	6	5	5	6	6	5.60
128	6	5	5	6	6	5.60	4	5	5	4	6	4.80	5	5	6	6	5	5.40
129	5	6	5	6	5	5.40	4	5	6	6	5	5.20	6	6	6	6	5	5.80
130	5	6	6	5	6	5.60	6	4	5	6	5	5.20	5	6	6	5	5	5.40
131	6	4	5	5	6	5.20	5	5	6	5	5	5.20	6	5	6	5	5	5.40
132	6	6	5	5	6	5.60	6	5	6	6	5	5.60	6	6	5	6	6	5.80
133	6	5	6	5	6	5.60	5	5	6	5	6	5.40	5	6	6	6	5	5.60
134	6	5	5	6	5	5.40	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60
135	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60	6	6	5	6	5	5.60
136	6	5	5	6	5	5.40	5	6	5	6	5	5.40	6	5	6	5	6	5.60
137	6	4	5	5	6	5.20	5	5	6	5	5	5.20	6	5	6	5	5	5.40
138	6	5	6	5	6	5.60	5	5	6	5	6	5.40	5	6	6	6	5	5.60
139	6	6	5	5	6	5.60	6	5	6	6	5	5.60	6	6	5	6	6	5.80
140	5	6	6	5	6	5.60	6	4	5	6	5	5.20	5	6	6	5	5	5.40
141	6	6	5	6	6	5.80	5	6	6	6	6	5.80	5	6	5	6	6	5.60
142	5	6	5	6	5	5.40	4	5	6	6	5	5.20	6	6	6	6	5	5.80
143	6	5	6	5	6	5.60	5	6	5	5	6	5.40	6	5	5	6	6	5.60
144	6	5	5	6	6	5.60	4	5	5	4	6	4.80	5	5	6	6	5	5.40
145	5	6	5	5	5	5.20	5	4	6	4	5	4.80	5	6	4	5	4	4.80

Resp	Kesadaran WP			Skor	Kesiapan Teknologi			Skor	Pemanfaatan Teknologi			Skor	Kepatuhan WPOP E-Commerce					Skor
	Item Pernyataan				Item Pernyataan				Item Pernyataan				Item Pernyataan					
	1	2	3		1	2	3		1	2	3		1	2	3	4	5	
1	6	5	6	5.67	5	4	4	4.33	5	5	6	5.33	5	4	5	5	4	4.60
2	5	5	6	5.33	5	5	5	5.00	5	5	4	4.67	5	4	4	5	4	4.40
3	6	4	6	5.33	6	6	6	6.00	6	5	6	5.67	5	6	5	5	6	5.40
4	6	4	5	5.00	5	3	4	4.00	5	3	5	4.33	6	3	3	3	3	3.60
5	5	5	5	5.00	6	5	5	5.33	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
6	4	4	6	4.67	6	6	5	5.67	5	4	4	4.33	6	3	4	4	3	4.00
7	6	6	6	6.00	6	6	6	6.00	6	6	6	6.00	6	6	6	6	6	6.00
8	6	3	2	3.67	5	5	4	4.67	6	6	2	4.67	3	2	6	2	2	3.00
9	6	6	5	5.67	6	6	5	5.67	6	5	6	5.67	5	5	6	6	5	5.40
10	2	1	1	1.33	2	1	2	1.67	1	2	1	1.33	1	1	2	1	1	1.20
11	6	6	5	5.67	6	6	5	5.67	6	6	6	6.00	6	6	6	6	6	6.00
12	6	5	5	5.33	6	5	5	5.33	6	6	5	5.67	6	5	5	5	5	5.20
13	5	5	6	5.33	4	3	4	3.67	4	5	4	4.33	5	5	5	3	5	4.60
14	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
15	4	5	4	4.33	4	4	3	3.67	4	4	4	4.00	5	4	3	4	4	4.00
16	6	6	6	6.00	6	6	6	6.00	6	6	6	6.00	6	6	6	6	6	6.00
17	6	6	4	5.33	6	3	5	4.67	6	5	6	5.67	4	5	5	4	5	4.60
18	4	6	5	5.00	5	4	5	4.67	6	6	6	6.00	4	5	5	5	5	4.80
19	5	5	4	4.67	4	5	4	4.33	4	4	5	4.33	5	5	4	4	5	4.60
20	5	5	5	5.00	4	4	5	4.33	4	5	5	4.67	5	4	5	5	4	4.60
21	5	6	6	5.67	3	4	5	4.00	5	6	5	5.33	6	5	6	6	5	5.60
22	6	5	6	5.67	5	5	5	5.00	6	5	6	5.67	6	5	5	5	5	5.20
23	4	4	4	4.00	5	5	4	4.67	5	4	4	4.33	4	4	3	4	4	3.80
24	5	4	4	4.33	4	5	4	4.33	4	4	4	4.00	5	4	4	4	4	4.20
25	5	5	6	5.33	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	6	5	5	5	5	5.20
26	5	6	6	5.67	6	6	6	6.00	5	6	6	5.67	5	5	6	6	5	5.40
27	6	5	6	5.67	5	4	3	4.00	4	3	5	4.00	4	3	3	3	3	3.20
28	2	1	1	1.33	1	1	2	1.33	2	1	1	1.33	1	2	1	1	2	1.40
29	5	5	4	4.67	4	5	5	4.67	4	4	5	4.33	5	4	4	5	4	4.40
30	5	4	4	4.33	4	4	5	4.33	4	4	4	4.00	5	5	4	3	5	4.40
31	6	5	6	5.67	5	4	4	4.33	5	4	5	4.67	4	3	5	4	3	3.80
32	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00
33	4	4	3	3.67	4	4	6	4.67	6	5	4	5.00	4	4	4	5	4	4.20
34	6	6	5	5.67	5	5	5	5.00	5	4	6	5.00	6	4	5	5	4	4.80
35	6	6	6	6.00	5	4	4	4.33	3	4	4	3.67	6	6	6	6	6	6.00

Resp	Kesadaran WP			Skor	Kesiapan Teknologi			Skor	Pemanfaatan Teknologi			Skor	Kepatuhan WPOP E-Commerce					Skor
	Item Pernyataan				Item Pernyataan				Item Pernyataan				Item Pernyataan					
	1	2	3		1	2	3		1	2	3		1	2	3	4	5	
36	4	4	5	4.33	6	6	5	5.67	5	5	5	5.00	6	4	4	4	4	4.40
37	6	6	6	6.00	5	4	4	4.33	4	5	5	4.67	6	6	6	6	6	6.00
38	6	5	6	5.67	5	5	4	4.67	5	4	6	5.00	5	5	5	5	5	5.00
39	5	5	6	5.33	5	5	5	5.00	5	6	5	5.33	4	4	4	5	4	4.20
40	2	3	2	2.33	2	3	2	2.33	2	3	2	2.33	2	2	2	3	2	2.20
41	3	3	3	3.00	4	3	3	3.33	4	6	6	5.33	2	3	6	6	3	4.00
42	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	4	4	4.33	5	3	3	4	3	3.60
43	5	3	6	4.67	5	5	6	5.33	5	5	5	5.00	5	5	5	4	5	4.80
44	4	4	4	4.00	4	5	5	4.67	5	4	5	4.67	4	4	5	4	4	4.20
45	6	6	5	5.67	5	4	4	4.33	5	5	5	5.00	5	3	5	5	3	4.20
46	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00
47	6	6	6	6.00	5	4	5	4.67	6	6	6	6.00	4	5	6	6	5	5.20
48	6	5	5	5.33	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	4	5	5	6	5	5.00
49	5	5	4	4.67	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	4	5	6	6	5	5.20
50	6	5	4	5.00	6	5	5	5.33	5	5	4	4.67	5	4	6	5	4	4.80
51	6	5	3	4.67	6	5	4	5.00	6	5	4	5.00	5	4	5	5	4	4.60
52	3	3	3	3.00	3	3	3	3.00	3	3	3	3.00	3	3	4	3	3	3.20
53	6	6	6	6.00	4	5	6	5.00	5	5	5	5.00	6	4	6	5	4	5.00
54	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	5	4	4.33	4	4	4	4	4	4.00
55	5	5	5	5.00	5	5	6	5.33	5	5	5	5.00	6	5	6	6	5	5.60
56	6	4	6	5.33	5	5	5	5.00	5	3	6	4.67	5	3	2	3	3	3.20
57	4	3	3	3.33	3	3	3	3.00	3	3	4	3.33	3	3	3	2	3	2.80
58	6	6	6	6.00	5	5	5	5.00	6	5	6	5.67	6	6	6	6	6	6.00
59	6	6	6	6.00	5	5	5	5.00	5	5	6	5.33	6	6	6	6	6	6.00
60	6	5	4	5.00	5	6	6	5.67	5	6	6	5.67	5	6	5	6	6	5.60
61	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	5	6	5	6	6	5.60
62	5	6	5	5.33	5	4	5	4.67	6	5	6	5.67	5	6	4	6	6	5.40
63	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	6	5	6	5	5	5.40
64	5	5	4	4.67	6	5	6	5.67	6	5	6	5.67	6	5	6	6	5	5.60
65	5	5	6	5.33	6	4	6	5.33	6	4	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
66	6	5	5	5.33	6	5	4	5.00	6	5	6	5.67	5	5	6	5	5	5.20
67	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	6	5	5.67	6	6	5	6	6	5.80
68	6	5	6	5.67	5	5	6	5.33	5	5	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
69	6	6	5	5.67	6	5	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	6	5	6	5.60
70	6	5	6	5.67	5	5	6	5.33	5	5	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60

Resp	Kesadaran WP			Skor	Kesiapan Teknologi			Skor	Pemanfaatan Teknologi			Skor	Kepatuhan WPOP E-Commerce					Skor
	Item Pernyataan				Item Pernyataan				Item Pernyataan				Item Pernyataan					
	1	2	3		1	2	3		1	2	3		1	2	3	4	5	
71	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	6	5	6	5	5	5.40
72	5	5	5	5.00	6	3	5	4.67	5	3	6	4.67	4	6	4	5	6	5.00
73	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	5	6	5	6	6	5.60
74	5	6	5	5.33	5	4	5	4.67	6	5	6	5.67	5	6	4	6	6	5.40
75	6	5	5	5.33	6	5	4	5.00	6	5	6	5.67	5	5	6	5	5	5.20
76	5	5	4	4.67	6	5	6	5.67	6	5	6	5.67	6	5	6	6	5	5.60
77	6	6	5	5.67	6	5	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	6	5	6	5.60
78	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	6	5	5.67	6	6	5	6	6	5.80
79	5	5	4	4.67	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	5	4	6	5	5.00
80	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	5	6	5	6	6	5.60
81	6	5	6	5.67	5	5	6	5.33	5	5	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
82	5	6	5	5.33	5	4	5	4.67	6	5	6	5.67	5	6	4	6	6	5.40
83	6	5	5	5.33	6	5	4	5.00	6	5	6	5.67	5	5	6	5	5	5.20
84	5	5	6	5.33	6	4	6	5.33	6	4	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
85	5	5	4	4.67	6	5	6	5.67	6	5	6	5.67	6	5	6	6	5	5.60
86	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	6	5	6	5	5	5.40
87	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	6	5	5.67	6	6	5	6	6	5.80
88	6	5	4	5.00	5	6	6	5.67	5	6	6	5.67	5	6	5	6	6	5.60
89	6	6	5	5.67	6	5	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	6	5	6	5.60
90	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	5	5	5	5.00	4	5	4	6	5	4.80
91	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	6	5	5.67	6	6	5	6	6	5.80
92	5	6	5	5.33	5	4	5	4.67	6	5	6	5.67	5	6	4	6	6	5.40
93	6	5	4	5.00	5	6	6	5.67	5	6	6	5.67	5	6	5	6	6	5.60
94	6	5	5	5.33	6	5	4	5.00	6	5	6	5.67	5	5	6	5	5	5.20
95	5	5	4	4.67	6	5	6	5.67	6	5	6	5.67	6	5	6	6	5	5.60
96	5	4	5	4.67	4	5	5	4.67	4	4	6	4.67	4	6	5	5	6	5.20
97	5	4	6	5.00	4	5	4	4.33	6	4	5	5.00	6	4	5	4	4	4.60
98	5	5	6	5.33	6	4	6	5.33	6	4	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
99	6	6	5	5.67	6	5	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	6	5	6	5.60
100	5	5	6	5.33	6	4	6	5.33	6	4	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
101	5	5	4	4.67	6	5	6	5.67	6	5	6	5.67	6	5	6	6	5	5.60
102	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	6	5	6	5	5	5.40
103	6	5	6	5.67	5	5	6	5.33	5	5	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
104	5	4	4	4.33	5	4	3	4.00	5	5	5	5.00	4	4	6	4	4	4.40
105	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	5	6	5	6	6	5.60
106	6	5	4	5.00	5	6	6	5.67	5	6	6	5.67	5	6	5	6	6	5.60
107	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	6	5	5.67	6	6	5	6	6	5.80
108	5	6	5	5.33	5	4	5	4.67	6	5	6	5.67	5	6	4	6	6	5.40
109	6	6	5	5.67	6	5	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	6	5	6	5.60
110	5	6	5	5.33	5	4	5	4.67	6	5	6	5.67	5	6	4	6	6	5.40

Resp	Kesadaran WP			Skor	Kesiapan Teknologi			Skor	Pemanfaatan Teknologi			Skor	Kepatuhan WPOP E-Commerce					Skor
	Item Pernyataan				Item Pernyataan				Item Pernyataan				Item Pernyataan					
	1	2	3		1	2	3		1	2	3		1	2	3	4	5	
111	6	5	5	5.33	6	5	4	5.00	6	5	6	5.67	5	5	6	5	5	5.20
112	5	5	4	4.67	6	5	6	5.67	6	5	6	5.67	6	5	6	6	5	5.60
113	6	6	5	5.67	6	5	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	6	5	6	5.60
114	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	6	5	5.67	6	6	5	6	6	5.80
115	5	5	4	4.67	5	5	5	5.00	5	5	5	5.00	5	5	4	6	5	5.00
116	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	5	6	5	6	6	5.60
117	6	5	6	5.67	5	5	6	5.33	5	5	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
118	5	6	5	5.33	5	4	5	4.67	6	5	6	5.67	5	6	4	6	6	5.40
119	6	5	5	5.33	6	5	4	5.00	6	5	6	5.67	5	5	6	5	5	5.20
120	5	5	6	5.33	6	4	6	5.33	6	4	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
121	5	5	4	4.67	6	5	6	5.67	6	5	6	5.67	6	5	6	6	5	5.60
122	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	6	5	6	5	5	5.40
123	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	6	5	5.67	6	6	5	6	6	5.80
124	6	5	4	5.00	5	6	6	5.67	5	6	6	5.67	5	6	5	6	6	5.60
125	6	6	5	5.67	6	5	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	6	5	6	5.60
126	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	5	5	5	5.00	4	5	4	6	5	4.80
127	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	6	5	5.67	6	6	5	6	6	5.80
128	5	6	5	5.33	5	4	5	4.67	6	5	6	5.67	5	6	4	6	6	5.40
129	6	5	4	5.00	5	6	6	5.67	5	6	6	5.67	5	6	5	6	6	5.60
130	6	5	5	5.33	6	5	4	5.00	6	5	6	5.67	5	5	6	5	5	5.20
131	5	5	4	4.67	6	5	6	5.67	6	5	6	5.67	6	5	6	6	5	5.60
132	5	4	5	4.67	4	5	5	4.67	4	4	6	4.67	4	6	5	5	6	5.20
133	5	4	6	5.00	4	5	4	4.33	6	4	5	5.00	6	4	5	4	4	4.60
134	5	5	6	5.33	6	4	6	5.33	6	4	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
135	6	6	5	5.67	6	5	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	6	5	6	5.60
136	5	5	6	5.33	6	4	6	5.33	6	4	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
137	5	5	4	4.67	6	5	6	5.67	6	5	6	5.67	6	5	6	6	5	5.60
138	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	6	5	6	5	5	5.40
139	6	5	6	5.67	5	5	6	5.33	5	5	6	5.33	5	6	5	6	6	5.60
140	5	4	4	4.33	5	4	3	4.00	5	5	5	5.00	4	4	6	4	4	4.40
141	5	6	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	5	6	5	6	6	5.60
142	6	5	4	5.00	5	6	6	5.67	5	6	6	5.67	5	6	5	6	6	5.60
143	6	5	6	5.67	5	6	5	5.33	6	6	5	5.67	6	6	5	6	6	5.80
144	5	6	5	5.33	5	4	5	4.67	6	5	6	5.67	5	6	4	6	6	5.40
145	6	6	5	5.67	6	5	5	5.33	6	5	6	5.67	5	6	6	5	6	5.60

Karakteristik Responden

Frequencies

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20 tahun	1	,7	,7	,7
21 s/d 30 tahun	62	42,8	42,8	43,4
31 s/d 40 tahun	75	51,7	51,7	95,2
41 s/d 50 tahun	7	4,8	4,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Diploma	19	13,1	13,1	13,1
Sarjana	77	53,1	53,1	66,2
SLTA	49	33,8	33,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 5.000.000	69	47,6	47,6	47,6
> Rp. 50.000.000	4	2,8	2,8	50,3
Rp. 10.000.000 s/d Rp. 20.000.000	26	17,9	17,9	68,3
Rp. 20.000.000 s/d Rp. 30.000.000	34	23,4	23,4	91,7
Rp. 30.000.000 s/d Rp. 40.000.000	12	8,3	8,3	100,0
Total	145	100,0	100,0	

NPWP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	145	100,0	100,0	100,0

Statistik Deskriptif

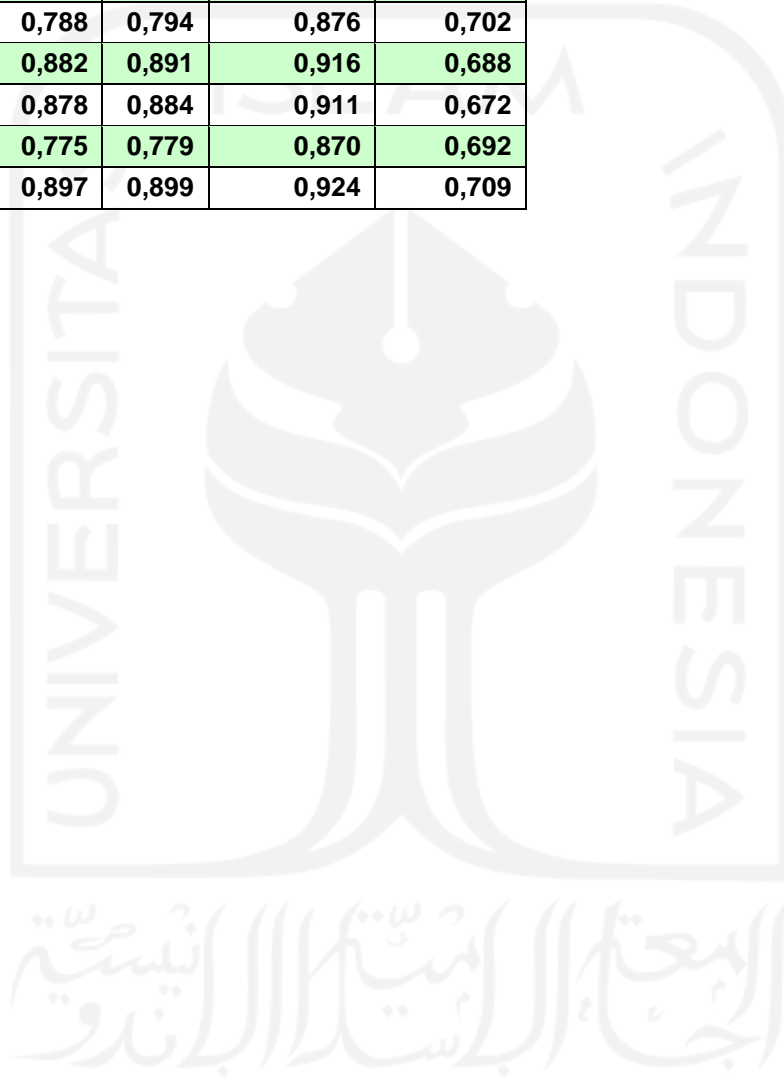
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
sp1	145	1,00	6,00	5,1310	1,04253
sp2	145	1,00	6,00	4,9931	1,02399
sp3	145	1,00	6,00	4,9034	,98124
sp4	145	1,00	6,00	5,0069	1,05077
sp5	145	2,00	6,00	5,2828	,94798
SP	145	1,20	6,00	5,0634	,84974
pp1	145	1,00	6,00	4,8483	,93787
pp2	145	1,00	6,00	4,8483	,95256
pp3	145	1,00	6,00	5,0759	1,06120
pp4	145	1,00	6,00	5,1034	,96985
pp5	145	1,00	6,00	5,2138	,89121
PP	145	1,40	6,00	5,0179	,79019
kp1	145	1,00	6,00	5,1379	,96911
kp2	145	1,00	6,00	5,1655	,95753
kp3	145	1,00	6,00	5,0552	1,03936
kp4	145	2,00	6,00	5,1172	,97542
kp5	145	2,00	6,00	5,0414	,84882
KP	145	1,60	6,00	5,1034	,82432
kwp1	145	2,00	6,00	5,3241	,83236
kwp2	145	1,00	6,00	5,0276	,89710
kwp3	145	1,00	6,00	4,9793	1,03728
KWP	145	1,33	6,00	5,1106	,77344
kt1	145	1,00	6,00	5,1448	,88960
kt2	145	1,00	6,00	4,8138	,92034
kt3	145	2,00	6,00	4,9862	,92786
KT	145	1,33	6,00	4,9815	,75153
pt1	145	1,00	6,00	5,2897	,91224
pt2	145	1,00	6,00	4,9103	,87335
pt3	145	1,00	6,00	5,3379	,95903
PT	145	1,33	6,00	5,1802	,76194
kwpe1	145	1,00	6,00	5,0207	,93146
kwpe2	145	1,00	6,00	5,0690	1,07790
kwpe3	145	1,00	6,00	4,9931	,99650
kwpe4	145	1,00	6,00	5,1862	1,06057
kwpe5	145	1,00	6,00	5,0690	1,07790
KWPE	145	1,20	6,00	5,0676	,85219
Valid N (listwise)	145				

Uji Reliability and Validity Konstruk

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
KP	0,912	0,914	0,934	0,740
KT	0,762	0,767	0,863	0,677
KWP	0,788	0,794	0,876	0,702
KWPE	0,882	0,891	0,916	0,688
PP	0,878	0,884	0,911	0,672
PT	0,775	0,779	0,870	0,692
SP	0,897	0,899	0,924	0,709



R-Square

	R Square	R Square Adjusted
KWP	0,690	0,683
KWPE	0,788	0,784
PP	0,561	0,558
PT	0,646	0,644

Fornel-Larcker Criterion

	KP	KT	KWP	KWPE	PP	PT	SP
KP	0,860						
KT	0,736	0,823					
KWP	0,682	0,676	0,838				
KWPE	0,784	0,787	0,777	0,830			
PP	0,797	0,765	0,790	0,842	0,820		
PT	0,738	0,804	0,752	0,838	0,745	0,832	
SP	0,891	0,683	0,742	0,724	0,749	0,737	0,842

Uji Hipotesis

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KP -> KWP	0,289	0,288	0,135	2,147	0,032
KP -> KWPE	0,293	0,299	0,102	2,878	0,004
KT -> PT	0,804	0,793	0,064	12,622	0,000
KWP -> KWPE	0,253	0,236	0,107	2,366	0,018
PP -> KWP	0,619	0,615	0,112	5,515	0,000
PT -> KWPE	0,432	0,442	0,109	3,953	0,000
SP -> KWP	0,536	0,527	0,122	4,392	0,000
SP -> PP	0,749	0,745	0,075	10,001	0,000

