Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna e-commerce terhadap kepatuhan pajak dalam membayar pajak e-commerce.

SKRIPSI

Oleh :

Nama : Dhea Kartika Adilah

Nim : 20312574

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2023

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna e-commerce terhadap kepatuhan pajak dalam membayar pajak e-commerce.

SKRIPSI

Disusun dan di ajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh :

Nama : Dhea Kartika Adilah
No.Mahasiswa : 20312574

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta,18 Maret 2024

Penulis

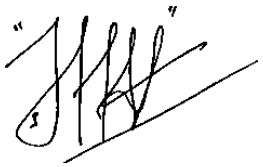


(Dhea Kartika Adilah)

HALAMAN PENGESAHAN
Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna e-commerce terhadap kepatuhan pajak dalam membayar pajak e-commerce.

SKRIPSI

Diajukan Oleh :



Nama : Dhea Kartika Adilah

No.Mahasiswa : 20312574

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 18 Maret 2024

Dosen pembimbing,



(Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF)

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Senin, tanggal 13 Mei 2024, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama	: DHEA KARTIKA ADILAH
NIM	20312574
Judul Tugas Akhir	: Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna e-commerce terhadap kepatuhan pajak dalam membayar pajak e-commerce.
Dosen Pembimbing	: Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A

Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF .....

Anggota Tim : Kinanthi Putri Ardiami, SE., Ak., M.Ak. .....

Yogyakarta, 13 Mei 2024

Ketua Program Studi Akuntansi,

Prof. Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS
NIK. 033120104

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna e-commerce terhadap kepatuhan pajak dalam membayar pajak e-commerce.

Disusun oleh : DHEA KARTIKA ADILAH

Nomor Mahasiswa 20312574

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Senin, 13 Mei 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF .....

Penguji : Kinanthi Putri Ardiami, SE., Ak., M.Ak. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirahmanirahim dengan mengucapkan rasa syukur atas rahmat dan hidayah dari Allah SWT saya dapat menyelesaikan skripsi dengan sukses dan lancar. Karya sederhana ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang selama ini sudah memberikan doa, semangat dan dukungan moral serta material agar dapat menyelesaikan kuliah dengan baik dan mendapatkan gelar sarjana akuntansi ini. Dan ucapan terimakasih untuk keluarga besar serta teman-teman yang selalu memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

HALAMAN MOTTO

"Tetaplah rendah hati seberapa tinggi pun kedudukan kita. Tetaplah percaya diri seberapa pun kekurangan kita. Tetaplah bersyukur apa pun keadaan kita."



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahi robbil alamin, dengan mengucap rasa syukur penulis penjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat hidayah dan Karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat Islam dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat yang berdasarkan iman untuk melihat kebesaran Allah SWT dan senantiasa memberikan syafaat kepada seluruh umat Islam.

Penulis menyusun Skripsi dengan judul "**Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna e-commerce terhadap kepatuhan pajak dalam membayar pajak e-commerce."** yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana pada program studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ini menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia yang luar biasa kepada penulis. Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, dan kelancaran kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

2. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh pimpinan universitas.
3. Bapak Johan Arifin,S.E.,M.Si.,Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII,beserta seluruh jajarannya
4. Bapak Prof. Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS, ASPM.. selaku Ketua Program Studi Akuntansi FE UII beserta seluruh jajaran pengajar program studi Akuntansi atas segala ilmu yang penulis peroleh.
5. Bapak Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF. selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan ilmu dan nasihat yang sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga segala ilmu-ilmu dan kebaikan Bapak akan menjadi ladang pahala dan dibalas oleh Allah SWT.
6. Nabi Muhammad SAW yang senantiasa memberikan syafaat serta teladan bagi penulis sebagai dasar dalam penyusunan skripsi ini dan kelak akan memberikan syafaat yang tiada putusnya untuk umatnya.
7. Yang paling berjasa di dalam hidup penulis yaitu orang tua tercinta , Bapak Waryoso dan Ibu Darti. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua pengorbanan dan perjuangan yang berhasil dalam mendidik anak-anaknya. Segala doa dan restu yang selalu mereka panjatkan demi kesuksesan anak-anak tercintanya, terimakasih atas segala dukungan moral dan material sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan senantiasa mendoakan untuk kesuksesan kedepannya. Semoga bapak dan ibu selalu dalam lindungan Allah, Diberikan kesehatan ,dan Allah selalu

meridhoi setiap keputusan dan pengorbanan bapak dan ibu serta Allah kabulkan segala doa bapak dan ibu. Aamiin ya robbal alamin

8. Kakak-kakak tercintaku, mas indra dan mba sarah, mas aryo dan mba hanik ,terima kasih atas segala support baik moral dan material yang dapat membantu penulis untuk bersemangat dalam menuntut ilmu,semoga Allah berikan kesehatan dan rezeki yang berlimpah. Terima kasih sudah menghadirkan keponakan-keponakan lucu yang mewarnai keluarga ini A5 (Alifa,Athaya,Akara,Kaivan dan Akasya)
9. Keluarga besar Mbah Sukrad dan Mbah Wasngad yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan studi ini.
10. Andre Rizki Fahrizal, terimakasih atas dukungan, semangat, doa serta telah menjadi tempat berkeluh kesah. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
11. Teman-teman Grup ERP yang senantiasa membersamai dalam proses perkuliahan dan teman-teman jurusan akuntansi angkatan 2020, semoga sukses selalu ya teman-teman semua
12. Alifa, Virda, Vika selaku teman dekat penulis, terima kasih banyak telah menjadi teman terbaik dan selalu ada selama proses perkuliahan, semoga kita semua sukses dalam karir dan dalam segala hal.
13. Terima kasih banyak untuk temanku lilis dan rizqi atas dukungan dan semangat, dan telah membersamai penulis dari smp hingga saat ini.semoga pertemanan dan silaturahmi ini dapat berjalan hingga tua nanti. Sukses selalu yaa.

14. Safira Rizki M ,terima kasih banyak atas motivasi, support dan sudah bertumbuh bareng dengan penulis dari jaman sama-sama culun hingga satu persatu dapat meraih mimpinya. Dan terimakasih juga untuk teman-temanku dirumah yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat untuk penulis.
15. Teman-teman SMA. Terima kasih atas dukungan dan semangatnya. Sukses untuk semua
16. Teman-teman KKN unit 28 dan keluarga bapak dan ibu dusun puntingan yang telah memberikan banyak pelajaran hidup dan motivasi.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
HALAMAN MOTTO vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
PENDAHULUAN 1
1.1 Rumusan Masalah 6
1.2 Tujuan Penelitian 6
1.3 Manfaat Penelitian 7
1.4 Sistemasi Penulisan Skripsi 9
BAB II 10
KAJIAN PUSTAKA 10
2.1 Landasan Teori 10
2.1.1 Teori Atribusi 10
2.1.2 Kepatuhan Pajak 11
2.1.3 Niat membayar pajak e-commerce 12
2.1.4 Kesadaran membayar pajak e-commerce 12
2.1.5 Pemahaman perpajakan e-commerce 13
2.1.6 Tingkat Kepercayaan wajib pajak pada sistem pemerintahan 14
2.1.7 Tingkat *religious* pengguna e-commerce 14
2.1.8 E-Commerce 15
2.2 Penelitian Terdahulu 16
2.3 Hipotesis Penelitian 24
2.3.1 Pengaruh niat membayar pajak terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce 24
2.3.2 Pengaruh kesadaran membayar pajak terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce 25
2.3.3 Pengaruh pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan pajak

pengguna e-commerce 26
2.3.4 Pengaruh tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem pemerintahan terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce 27
2.3.5 Pengaruh Tingkat *religious* pengguna e-commerce tehadap kepatuham pajak pengguna e-commerce 28
2.4 Gambar kerangka Konseptual 30
BAB III 31
METODE PENELITIAN 31
3.1 Populasi dan Sampel 31
3.2 Teknik pengumpulan data 32
3.2.1 Jenis Penelitian 32
3.2.2 Sumber dan data penelitian 33
3.3 Variabel Penelitian 33
3.3.1 Variabel Dependen kepatuhan pajak pengguna e-commerce (Y) 33
3.3.2 Variabel Independen 34
3.4 Teknik analisis data 36
3.4.1 Statistik Deskriptif 36
3.4.2 Kualitas Data 37
3.5 Pengujian hipotesis 39
3.5.1 Koefisien Determinasi 40
3.5.2 Uji F (secara simultan) 40
3.5.3 Uji Hipotesis (Uji T) 40
BAB IV 41
PEMBAHASAN 41
4.1 Karakteristik Responden 41
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 41
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 42
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 42
4.1.4 Karakteristik responden berdasarkan platform e-commerce yang digunakan 43
4.1.5 Karakteristik responden berdasarkan jangka waktu penggunaan marketplace 44
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas 45
4.2.1 Uji Validitas 45
4.2.2 Uji Reliabilitas 47
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif 48

4.3 Uji Asumsi Klasik 50
4.3.1 Uji Normalitas 50
4.3.2 Uji Multikolinearitas 52
4.3.3 Uji Heterokedastisitas 53
4.4 Uji Hipotesis 54
4.4.1 Koefisien Determinasi 54
4.4.2 Uji Statistik F 55
4.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda 56
4.4.4 Uji Signifikansi Individual (Uji T) 59
4.5 Pembahasan 60
4.5.1 Pengaruh niat membayar pajak terhadap kepatuhan pajak pengguna e- commerce 60
4.5.2 Pengaruh kesadaran membayar pajak terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce 61
4.5.3 Pengaruh Pemahaman tentang Pajak terhadap Kepatuhan Pajak pengguna E-commerce 62
4.5.4 Pengaruh tingkat kepercayaan terhadap pemerintah terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce 64
4.5.5 Pengaruh tingkat *religious* pengguna e-commerce terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce 65
BAB V 66
KESIMPULAN DAN SARAN 67
5.1 Kesimpulan 67
5.2 Keterbatasan Penelitian 68
5.3 Saran 68
5.4 Implikasi Penelitian 69
DAFTAR PUSTAKA 71
LAMPIRAN 75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1.....16
Tabel 4. 1.....41
Tabel 4. 2.....42
Tabel 4. 3.....43
Tabel 4. 4.....43
Tabel 4. 5.....44
Tabel 4. 6.....46
Tabel 4. 7.....47
Tabel 4. 8.....48
Tabel 4. 9.....51
Tabel 4. 10.....52
Tabel 4. 11.....53
Tabel 4. 12.....54
Tabel 4. 13.....55
Tabel 4. 14.....56
Tabel 4. 15.....59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1.....30

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....76
LAMPIRAN 2.....81
LAMPIRAN 3.....83
LAMPIRAN 4.....119
LAMPIRAN 5.....120
LAMPIRAN 6.....125
LAMPIRAN 7.....127
LAMPIRAN 8.....128

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of e-commerce tax-paying intention, tax-paying awareness, understanding of e-commerce taxation, level of trust in the government system, and level of religiosity of e-commerce users. The sample used in this study consists of e-commerce users, both sellers and consumers. Research data were obtained through the distribution of questionnaires to 235 respondents. The analytical method employed is multiple regression analysis, coefficient of determination analysis, and T-test, with data processing using IBM SPSS Statistics 25. The results indicate that e-commerce tax-paying intention has a positive effect on tax compliance. However, tax-paying awareness, understanding of e-commerce taxation, level of trust in the government system, and level of religiosity of e-commerce users do not affect e-commerce tax compliance.

Keywords: Tax-paying Intention, Tax-paying Awareness, Understanding of Taxation, Trust in Government System, Level of Religiosity, Tax Compliance

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh niat membayar pajak e-commerce, kesadaran membayar pajak, pemahaman tentang perpajakan e-commerce, tingkat kepercayaan terhadap sistem pemerintah, dan tingkar religiusitas pengguna e-commerce. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna e-commerce, baik itu pelaku usahanya ataupun konsumen yang menggunakan e-commerce. Data penelitian didapatkan melalui penyebaran kuesioner yang di sebarkan ke 235 responden. Metode analisisnya menggunakan analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi dan uji T dan olah datanya menggunakan IBM SPSS Statistik 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat membayar pajak e-commerce berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Kesadaran membayar pajak, pemahaman tentang perpajakan e-commerce, tingkat kepercyaan terhadap sistem pemerintah, dan tingkat religiusitas pengguna e-commerce tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak e-commerce.

Kata Kunci : Niat membayar Pajak, Kesadaran Membayar Pajak, Pemahaman Tentang Perpajakan, Tingkat Kepercayaan Terhadap Sistem Pemerintah, Tingkat religius, Kepatuhan Pajak.

BAB 1

PENDAHULUAN

Pertumbuhan internet semakin berkembang pesat terutama dalam dunia perdagangan melalui transaksi e-commerce. E-commerce dapat menjadi sarana penjualan yang efektif bagi pengusaha baik dalam skala kecil seperti UKM ataupun usaha yang sudah besar,dengan adanya e-commerce pedagang dan pembeli dapat terhubung via internet sehingga dapat memudahkan pembeli dalam berbelanja karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja tanpa adanya pertemuan dengan penjual seperti konsep perdagangan yang semestinya. Laju pertumbuhan transaksi e-commerce selama tahun 2011 sebesar Rp 13.54 miliar di Indonesia.. Hal ini dilaporkan dalam (Bank Indonesia, Katadata di Media Keuangan, 2018).Jumlah ini terus bertambah, sehingga 2015 mencapai perkiraan Rp 47 triliun pada pendataan tahun 2015, Rp 75 triliun (2016), kemudian diperkirakan pada tahun 2018 sebesar Rp 102 triliun (Financial Media, 2018). Jika berdasarkan data terbaru tahun 2022 akhir menunjukkan total nilai Rp 435 Triliun, terjadi peningkatan yang signifikan terhadap e-commerce hingga saat ini. Nilai efektivitas dan efisiensi menjadikan e-commerce diminati masyarakat. Kemudahan dan peluang yang ditawarkan, ditambah dengan keunggulan demografis penduduk berusia muda dan menguasai teknologi, menyebabkan munculnya strategi bisnis yang dalam pembahasan kali ini disebut dengan e-commerce atau biasa dikenal dengan online shop (olshop).

E-commerce dapat ditemui menggunakan media sosial di antaranya: instagram, facebook, twitter, atau platform berbelanja seperti shopee, lazada, tiktok atau platform lainnya yang digunakan untuk menawarkan barang ke publik. Transaksi pembayaran yang ditawarkan e-commerce pun tidak menjadi kendala bagi konsumen karena bisa dengan transfer bank atau dengan pembayaran elektronik lainnya. Transaksi e-commerce yang semakin maju dan terus direformasi memerlukan respon Pemerintah khususnya dalam hal perpajakan. Pemerintah tengah merencanakan regulasi perpajakan bagi para pelaku e-commerce, khususnya yang bergerak di bidang perdagangan reguler. Pembuatan peraturan oleh pemerintah selalu dalam rangka memaksimalkan penerimaan pajak, pemerintah ingin memastikan pajak yang terutang melalui e-commerce dapat dipungut sesuai dengan undang-undang, baik penjual maupun pembeli suatu pembelian barang dikenakan pajak yang sama.

Pajak adalah salah satu sumber penerimaan negara yang memegang peranan penting dimana di Indonesia sendiri, keberadaan pajak menyumbang 70% dari seluruh penerimaan negara sehingga dapat membantu dalam pembangunan negara dan sebagai penentu dalam perekonomian suatu negara. (Pratama & Mulyani 2019) mengungkapkan bahwa besarnya penerimaan pajak di suatu negara ditentukan oleh tingkat kepatuhan wajib pajak di negara tersebut. Semakin besar tingkat kepatuhan pajak, maka semakin besar pula kemampuan negara tersebut untuk memungut penerimaan dari pajak. Tahun 2018 Kementerian Keuangan Republik Indonesia telah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia No: 210/PMK. 010/2018 Tentang

Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Melalui Sistem elektronik (E- commerce) dimana secara umum perlakuan perpajakan selalu sesuai dengan peraturan perundang-undangan No : 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan dan Undang-undang Republik Indonesia No: 42 Tahun 2009 tentang pajak dan pajak pertambahan nilai. Dengan dikenakan tarif pajak penghasilan untuk pelaku e-commerce yaitu sebesar 0,5% dengan omzet tidak melebihi Rp 4,8 miliar dalam setahun dan pengenaan pajak pertambahan nilai pada transaksi pembelian barang. Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan menyampaikan bahwa pasar e-commerce berkembang pesat di Indonesia namun baru segelintir pelaku e-commerce yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Menurut data yang diperoleh DJP ada 1.600 sampling (pelaku e-commerce) yang dicoba, dari jumlah itu ada 600 yang belum teridentifikasikan dan 1.000 sudah teridentifikasikan. Dari 1.000 pelaku usaha baru 620 yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), pelaku usaha yang sudah memiliki NPWP itu sebagian besar sudah lapor tapi tidak diketahui dilaporkannya itu sudah sesuai fakta yang terjadi selama bertransaksi. Dengan demikian terlihat bahwa kepatuhan pajak di Indonesia masih sangat rendah (Sari 2018).

Permasalahan yang sering terjadi dari sektor ini adalah kekurangpatuhan pengguna e-commerce yang diakibatkan oleh rendahnya kemauan membayar pajak. Penelitian tentang kepatuhan pajak telah banyak dilakukan. Adapun ukuran untuk mendeteksi faktor faktor antara lain yaitu niat membayar pajak. Niat adalah perilaku yang dimiliki oleh seseorang untuk memenuhi kewajiban perpajakannya dan kemauan yang ada untuk berperilaku patuh. Selain itu juga

ketidakpatuhan ini dapat di perbaiki dengan meningkatkan kesadaran dan Pemahaman akan pentingnya pembayaran pajak. Menurut penelitian sebelumnya oleh (Patriandari dan Safitri 2021) dengan Pemahaman tentang undang-undang perpajakan memiliki dampak positif yang cukup besar terhadap kepatuhan dan kepercayaan wajib pajak terhadap pemerintah, namun tidak memiliki dampak yang terlihat terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce di kalangan pengusaha belanja online. Ketidak patuhan juga bisa berasal dari tingkat pengalaman e-commerce yaitu dimana dapat mempengaruhi persepsi dan sikap terhadap kewajiban pajak dan sejauh mana pengalaman dalam bertransaksi e-commerce.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dan pelaku terhadap kepatuhan wajib pajak. Permasalahan tentang kepatuhan pajak telah dilakukan beberapa penelitian yaitu diantaranya dilakukan oleh (Yunitasari dkk 2023) yang berfokus pada kesadaran wajib pajak,pemahaman wajib pajak,serta penelitian yang dilakukan oleh (Hama 2021) yang berfokus pada kepatuhan membayar pajak, kesadaran membayar pajak,pengetahuan peraturan pajak . Penelitian lain juga dilakukan oleh (Ningsih, Malichah dan Mawardi 2019) yang berfokus pada peraturan dan tarif pajak, lingkungan dan kesadaran wajib pajak**.** Sehingga penulis memutuskan yang membedakan dari penelitian ini adalah adanya variabel baru yaitu tingkat kepercayaan terhadap sistem pemerintah dan tingkat *religious* pengguna e-commerce variabel ini dipilih karena pada penelitian sebelumnya masih jarang digunakan, ada beberapa yang sudah menggunakan, namun masih terdapat

ketidakkonsistenan hasilnya terhadap variabel dependennya. Dengan demikian Penulis memilih menggunakan variabel ini karena adanya ketidak konsistenan antar hasil dari beberapa penelitian terdahulu untuk membuktikan kembali apakah ada pengaruh yang konsisten dan menjawab fenomena penelitian yang terjadi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendukung dalam kepatuhan pajak dan penerapan pajak pada pengguna e-commerce. Sehingga pada penelitian ini akan melanjutkan dari penelitian sebelumnya yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak e-commerce dengan variabel tambahan dan penambahan objek yaitu pengguna yang tidak menjadi pelaku usaha. Jika penelitian terdahulu hanya diperuntukkan untuk pelaku usaha atau wajib pajak saja, pada penelitian ini ditambah untuk konsumen, guna untuk memberikan literasi tentang kepatuhan pajak e-commerce, dan pengetahuan bagi konsumen yang akan memulai usaha . Oleh karena itu dalam skripsi ini akan dilakukan penelitian berjudul **"Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna e-commerce terhadap kepatuhan pajak dalam membayar pajak e-commerce".** Adapun faktor-faktor yang akan diuji dalam penelitian ini adalah niat membayar pajak, kesadaran pajak, pemahaman pajak, tingkat kepercayaan terhadap pemerintah, dan tingkat *religious* pengguna e-commerce. Faktor –faktor tersebut akan menjadi variabel independen dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan yang luas khususnya untuk pemerintah, pelaku E-

Commerce dan akademisi dalam meningkatkan pemahaman kepatuhan pajak dalam industri E-Commerce.

1.1 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat disimpulkan dari latar belakang diatas adalah sebagai berikut :

1. Apakah niat membayar pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce
2. Apakah kesadaran membayar pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce
3. Apakah pemahaman tentang pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce
4. Apakah tingkat kepercayaan terhadap pemerintah berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce
5. Apakah tingkat *religious* pengguna e-commerce berpengaruh terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh niat membayar pajak terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce
2. Untuk menguji pengaruh kesadaran membayar pajak terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

3. Untuk menguji pengaruh pemahaman tentang pajak terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce
4. Untuk menguji pengaruh tingkat kepercayaan terhadap pemerintah terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce
5. Untuk menguji pengaruh tingkat *religious* pengguna e-commerce terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

Seluruh penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pengguna berinteraksi dengan pajak dalam konteks e-commerce, serta memberikan wawasan yang dapat membantu dalam pengembangan kebijakan perpajakan yang lebih efektif dan meningkatkan kepatuhan pajak di industri e-commerce.

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat untuk peneliti:

1. Pengembangan Pengetahuan: Penelitian ini dapat membantu penulis mengembangkan pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak pengguna dalam konteks e-commerce.
2. Kontribusi terhadap literatur ilmiah: Temuan penelitian dapat menjadi kontribusi berharga terhadap literatur ilmiah, membuka peluang bagi penelitian lebih lanjut.

Manfaat untuk pemerintah :

1. Basis Kebijakan Pajak yang Lebih Baik : Hasil penelitian memberikan wawasan kepada pemerintah untuk merancang kebijakan pajak yang lebih baik dan efektif di sektor e-commerce.
2. Peningkatan Pendapatan Pajak: Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen pelaku usaha, pemerintah dapat meningkatkan kepatuhan dan mengoptimalkan pendapatan pajak.

Manfaat bagi pelaku dan konsumen e- commerce :

1. Penyempurnaan Layanan dan Strategi Bisnis : Pelaku e-commerce dapat menggunakan hasil penelitian untuk menyempurnakan layanan mereka dan merancang strategi bisnis yang lebih efektif.
2. Pengembangan Kebijakan Internal : Informasi ini dapat membantu pelaku e-commerce dalam pengembangan kebijakan internal yang mendukung kepatuhan pajak dan kepuasan konsumen.
3. Peningkatan kepercayaan masyarakat : Dengan adanya kepatuhan pajak yang tinggi, dapat membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perpajakan dan integritas e-commerce, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keberlanjutan dan pertumbuhan sektor tersebut.
4. Pemberdayaan Ekonomi **:** Keberlanjutan e-commerce yang lebih baik dan pendapatan pajak yang meningkat dapat memberdayakan ekonomi secara keseluruhan.

1.4 Sistemasi Penulisan Skripsi

Sistematika yang digunakan dalam penyusunan sripsi adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian penulisan skripsi yang pertama dan menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yang digunakan untuk mendukung perumusan hipotesis penelitian, kemudian dilanjutkan dengan menggunakan kajian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran tentang bagaimana penelitian tersebut akan dilakukan, yang berisi meliputi populasi dan sampel untuk penelitian, veariabel penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini berisi hipotesis yang telah diuji dan menyajikan hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan yang di peroleh dari perhitungan statistik, serta mengaitkannya dengan penelitian terdahulu

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil pengujian yang telah dilakukan dan pembahasan terhadap penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Atribusi

Atribusi merupakan suatu proses yang dilakukan untuk menemukan sebuah jawaban dan pertanyaan tentang mengapa dan sebab apa orang lain atas tindakan atau perilakunya. Proses atribusi ini sangat membantu dalam memahami penyebab perilaku dan merupakan mediator penting dalam respon kita terhadap dunia sosial. Sementara ahli lain mengkaitkan atribusi merupakan analisis kausal, yaitu penafsiran terhadap sebab-sebab dari mengapa sebuah fenomen menampilkan gejala-gejala tertentu. Atribusi berarti upaya kita untuk memahami penyebab di balik perilaku orang lain, dan dalam beberapa kasus, juga penyebab dibalik perilaku kita sendiri (Samsuar 2019). Menurut model (Heider 2013), perilaku seseorang dapat disimpulkan disebabkan oleh kekuatan-kekuatan internal (termasuk disposisi). Kekuatan-kekuatan lingkungan terdiri dari faktor situasi yang menekan, sehingga memunculkan perilaku tertentu. Kekuatan-kekuatan internal (personal forces) dilihat sebagai hasil dari kemampuan (ability), power dan usaha yang ditunjukkan.

Dalam konteks penelitian ini, teori atribusi dapat membantu bagaimana pengguna e-commerce membuat atribusi terhadap perilaku kepatuhan pajak mereka. Relevansi teori ini dengan penelitian adalah adanya faktor internal dan eksternal yang menentukan patuh tidaknya seorang pengguna e-commerce

dalam mematuhi perpajakan e-commerce. Faktor internal pada penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepatuhan pajak e-commerce adalah niat membayar pajak, pemahaman tentang pajak, kesadaran membayar pajak,dan pengalaman transaksi e-commerce. Sedangkan faktor eksternal pada penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepatuhan pajak adalah tingkat kepercayaan terhadap pemerintah. Dengan adanya teori atribusi ini dapat memberikan wawasan lebih lanjut untuk merancang strategi pajak yang lebih efektif yang dapat diterima oleh konsumen.

2.1.2 Kepatuhan Pajak

Kepatuhan pajak (Tax Ownership) menjelaskan bahwa seseorang lebih cenderung patuh membayar pajak jika mereka merasa bahwa mereka adalah pemilik pajak tersebut, bukan hanya sebagai kewajiban negara. Ini berarti individu yang merasa memiliki pajak tersebut akan lebih termotivasi untuk membayar dengan benar. Kepatuhan wajib pajak ini muncul apabila wajib pajak berusaha untuk mematuhi peraturan hukum yang berlaku tentang perpajakan yang berlaku memenuhi pelaksanaan dan kewajiban hak perpajakan. Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 menyatakan bahwa kriteria wajib pajak yang patuh adalah sebagai berikut :

a. Tepat waktu dalam penyampaian SPT untuk semua jenis pajak dalam satu tahun.

b. Tidak mempunyai tunggakan untuk semua jenis pajak.

2.1.3 Niat membayar pajak e-commerce

Niat adalah kecenderungan pengguna dalam mematuhi kewajiban pajaknya. Niat untuk mematuhi pajak ini didorong oleh kemauan yang ada pada diri seseorang untuk berperilaku patuh. Sedangkan e-commerce adalah proses jual beli barang/jasa dengan menggunakan media elektronik dan adapun yang berpotensi dari perpajakan transaksi online adalan kenis pajak pertambahan nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPh).

2.1.4 Kesadaran membayar pajak e-commerce

Kesadaran adalah suatu sikap yang dimilki seseorang guna memenuhi kewajiban perpajakannya dengan melibatkan pengetahuan, keyakinan serta penalaran untuk bertindak di dalam hal kepatuhan pembayaran pajak. Kesadaran ini muncul ketika pengguna mau untuk membayar pajak dan tidak merasa dirugikan dalam pemungutan pajak dan tidak akan menunda pembayaran karena dapat merugikan negara. Studi dari (Suyono 2016) menyebutkan terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi wajib pajak agar mempunyai kesadaran untuk pentingnya membayar pajak :

1. Kesadaran bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara. Dengan menyadari hal ini wajib pajak mau membayar pajak karena merasa tidak dirugikan dari pemungutan pajak yang dilakukan. Pajak disadari digunakan untuk pembangunan negara guna meningkaykan kesejahteraan warga negara.
2. Kesadaran bahwa pajak ditetapkan dengan undang-undang dan dapat dipaksakan. Dapat dikatakan bahwa dengan diaturnya undang-undang

perpajakan maka wajib pajak dipaksa untuk memenuhi kewajibannya sebgai wajib pajak. Apabila wajib pajak tidak melaksakan kewajibannya sebagai wajib pajak dengan baik maka wajib pajak tersebut dapat dikenakan sanksi ataupun denda sesuai dengan pelanggaran yang telah dilakukan oleh wajib pajak tersebut yang telah diatur oleh undang-undang perpajakan.

3. Pemahaman akan pentingnya membayar pajak dan menghindari pengurangan beban pajak serta penundaan pembayarannya merupakan kesadaran yang sangat penting bagi setiap wajib pajak. Mereka menyadari bahwa tindakan tersebut dapat menyebabkan kerugian bagi negara, menghambat sumber daya finansial yang diperlukan untuk pembangunan. Oleh karena itu, wajib pajak bersedia membayar pajak karena memahami konsekuensi negatif dari penundaan pembayaran dan pengurangan beban pajak.

2.1.5 Pemahaman perpajakan e-commerce

Pemahaman perpajakan adalah suatu proses dimana seorang pengguna atau wajib pajak dapat mempertimbangkan tentang perpajakan kemudian meminta persetujuan tersebut untuk membayar pajak sesuai dengan kewajibannya (Ningsih, Malichah dan Mawardi 2019). Pemahaman tentang pajak ini dapat diperoleh melalui pendidikan formal atau nonformal. Pendidikan formal bisa didapat dengan mengikuti bimbingan dari suatu lembaga, sedangkan nonformal bisa dengan mengikuti seminat atau sosialisasi, dan diskusi yang dilakukan oleh pemerintah (Nurakhim 2021). Dengan adanya pemahaman

tersebut maka dapat membantu membentuk pemahaman mereka tentang konsep perpajakan dan memberikan wawasan yang lebih mendalam atas kewajiban dalam transaksi online.

2.1.6 Tingkat Kepercayaan wajib pajak pada sistem pemerintahan

Kepercayaan merupakan suatu proses menghitung (*calculative proces)* biaya yang dikeluarkan dengan hasil yang diperoleh (Mardiasmo, dalam Wijayanti,dkk 2017). Kepercayaan pada sistem pemerintahan ini dapat diartikan sebagai suatu hubungan penilaian dan dengaan antar lembaga dalam menyelenggarakan kekuasaan negara yang digunakan untuk kepentingan negara dalam mewujudkan kesejahteraan rakyatnya sesuai dengan undang-undang yang berlaku (Patriandari dan Safitri 2021). Faktor-faktor yang memunculkan kepercayaan dan tidak kepercayaan ini dapat muncul dengan adanya transparansi atas sistem perpajakan kepada masyarakat dan keadilan yang mempengaruhi tingkat kepercayaan wajib pajak pada sistem pemerintah.

2.1.7 Tingkat *religious* pengguna e-commerce

Religious adalah sebuah sikap seseorang mengamalkan, menganut dan mendedikasikan diri mereka pada ajaran dan praktik keagamaan. Kereligiusan seseorang terhadap aturan agama juga sangat mempengaruhi seseorang untuk melakukan kewajiban perpajakannya. Dampak agama terhadap perilaku individu adalah topik yang menarik untuk diselidiki. Agama sering kali memperkenalkan nilai-nilai positif yang berdampak baik pada masyarakat. Sejumlah penelitian telah dilakukan untuk mengeksplorasi pengaruh yang

signifikan dari religiusitas terhadap tingkat kepatuhan pajak (Ambarwati dan Liyana 2019). Studi dari (Togler 2003) menyatakan bahwa faktor penentu religiusitas (menghadiri tempat ibadah, pendidikan agama dan menjadi anggota kelompok agama). Hasilnya menemukan bahwa semakin tinggi religiusitas orang serta semakin tinggi moral pajak dan ini dapat meningkatkan perilaku kepatuhan pajak. Tingkat religiusitas dapat memberikan wawasan tentang cara nilai-nilai dan keyakinan keagamaan memengaruhi berbagai aspek, termasuk sikap dan perilaku dalam konteks seperti kepatuhan pajak.

2.1.8 E-Commerce

E-commerce merupakan tempat jual beli yang dilakukan oleh pelaku e-commerce untuk memperjual belikan barang yang mengandalkan kecanggihan teknologi dalam proses dan penerapan proses transaksinya secara online dan telah menghasilkan peningkatan pesat yang memunculkan konsumen dari berbagai tempat menjadi sebuah hubungan transaksi di dalam teknologi.

2.2 Penelitian Terdahulu

TABEL 2. 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama pengarang dan tahun	Variabel penelitian	Objek kajian	Temuan kajian
1.	Atik Sulistyo Ningsih, Malichah dan M.Cholid M (2019)	**Independen:** Pemahaman peraturan pajak,tarif pajak,lingkungan,kesadaran wajib pajak **Dependen :** Kepatuhan wajib pajak	Pengguna e-commerce.	● Hasil penelitian menunjukkan pemahaman peraturan perpajakan, tarif pajak, lingkungan dan kesadaran wajib pajak mempunyai pengaruh positif signifikan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna e-commerce. ● Tetapi peraturan perpajakan, tarif pajak lingkungan hidup tidak berpengaruh terhadap wajib pajak kepatuhan pengguna e-commerce

2.	Ria Dewi Ambarwati dan Nur Farida Liyana (2019)	**Independen :** *Religiousity* ,lingkungan wajib pajak **Dependen :** Kepatuhan pajak	Pajak orang pribadi di Surabaya	● Hasil penelitian menunjukan pengaruh positif signifikan antara tingkat religiustas (religiosity) dan pengaruh lingkungan terhadap kepatuhan pajak
3.	Olivia Afrinadea Chanita, Norman Duma Sitinjak (2021)	**Independen :** Pengetahuan pajak dan kesadaran pajak **Dependen :** Kepatuhan pajak	Pelaku usaha e-commerce	● Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan dan kesadaran pajak yang dimiliki oleh pengusaha e-commerce berpengaruh positif pemenuhan pajak.
4.	Ni Putu Ana Kusuma Dewi,Putu Ery Setiawan (2021)	**Independen :** Pengetahuan perpajakan, pemahaman peraturan perpajakan,kesadaran wajib pajak **Dependen :** Kepatuhan wajib pajak	Pelaku bisnis e-commerce	● Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan, pemahaman peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh positif terhadap

				kepatuhan wajib pajak ECommerce
5.	Aloisius Hama (2021)	**Independen :** kesadaran wajib pajak, pengetahuan peraturan perpajakan, dan konseling perpajakan **Dependen :** kepatuhan transaksi pembayaran pajak pada pelaku e-commerce	Pelaku e-commerce	● Hasil penelitian menunjukkan bahwa tumbuhnya kesadaran wajib pajak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak pelaku e-commerce. ●Pengetahuan tentang peraturan perpajakan terdapat pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan pajak pelaku e-commerce. ● Kemudian, hasil lainnya menunjukkan bahwa konseling pajak mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap

				kepatuhan pajak pelaku e-commerce.
6.	Putri Thoyyibatun Nadiyah,Syamsul Bahri,Marjani Ahmad (2021)	**Independen :** Pengetahuan, Kesadaran,dan Sanksi Denda **Dependen :** Kepatuhan Wajib Pajak Pengusaha Online Shop	pengusaha online shopping	● Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan dan Sanksi Penalti tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengusaha Online Shop, Kesadaran berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengusaha Belanja Online.
7.	Nadia Vita Melinda , M.Sodik , Khojanah Hasan (2022)	**Independen :** Pemahaman peraturan pajak,tarif pajak,lingkungan wajib pajak , dan kesadaran wajib pajak **Dependen:** Kepatuhan wajib pajak	Pengusaha online shop di Sidoarjo	● Hasil penelitian menunjukkan pentingnya mengelola Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Wajib Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak

				Berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Indonesia. ● Sedangkan variabel tarif pajak, lingkungan dan kesadaran wajib pajak menunjukkan hasil arah negatif sehingga ketiga variabel tersebut tidak berpengaruh kepatuhan wajib pajak di Indonesia
8.	Della Sabrina, Deni Darmawati,dan Wahyu Adi Saputro (2023)	**Independen :** Kesadaran wajib pajak, pengetahuan tentang undang-undang perpajakan, penyuluhan pajak, dan keyakinan **Dependen :** Kepatuhan wajib pajak	wajib pajak yang berjualan di e-commerce yang tersebar di JABODETABEK dan NON JABODETABEK	● Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan penyuluhan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce, kesadaran wajib pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce, sedangkan

				pengetahuan peraturan perpajakan dan kepercayaan wajib pajak terhadap e-commerce berpengaruh negative.
9.	Yunita Sari Rioni, Wan Fachruddin, Destari Damanik, Yurika Aulia (2023)	**Independen :** Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Tentang Peraturan Perpajakan, dan Tingkat Kepercayaan Wajib Pajak Terhadap Sistem Pemerintahan. **Dependen :** kepatuhan wajib pajak yang menggunakan e-commerce	Pengguna e-commerce di Desa Klambir Lima Kebun Kec.Hamparan Perak	● Kesadaran wajib pajak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak ●Sedangkan Pemahaman Tentang Peraturan Perpajakan berpengaruh positif secara signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak yang menggunakan E-Commerce. ● Tingkat Kepercayaan Wajib Pajak Pada Sistem Pemerintahan memiliki pengaruh positif yang

				signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak .
10.	Suhono , Adhi Rizal , Reminta Lumban Batu , Seva Madjid (2023)	**Independen :** Persepsi wajib pajak,pengetahuan perpajakan, karakteristik wajib pajak **Dependen :** Kepatuhan wajib pajak	Pengguna platform e-commerce	● Hasilnya menunjukkan kesadaran wajib pajak yang dapat mempengaruhi wajib pajak kepatuhan, salah satunya adalah persepsi wajib pajak secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. ● Namun, yang lainnya tiga variabel yaitu pengetahuan perpajakan, karakteristik wajib pajak, dan pajak sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap wajib pajak kepatuhan.

11.	Rista Ninda Silfiana dan Lintang Venusita (2023)	**Independen :** Pengetahuan peraturan pajak,pemanfaatan kebijakan pps,kesadaran pajak **Dependen :** Kepatuhan pajak	Owner e-commerce	● Pengetahuan peraturan pajak dan pemanfaatan kebijakan PPS tidak berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak owner e-commerce serta kesadaran wajib pajak berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak owner e-commerce
12.	Fauzi, Hasnarika, Annisa Nur Fadila, Afriyadi (2024)	**Independen :** PEMAHAMAN WAJIB PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK DAN PERILAKU **Dependen :** Kepatuhan perpajakan ecommerce	Perpajakan e-commerce	● pemahaman wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan perpajakan e-commerce ● kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan perpajakane-commerce.

				● perilaku wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan perpajakan e-commerce

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh niat membayar pajak terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

Niat membayar pajak ini mencerminkan kesediaan dan niat seseorang untuk memenuhi kewajiban pajak dalam konteks e-commerce. Niat seseorang dalam mematuhi segala peraturan tentang perpajakan dapat dipengaruhi oleh sikap yang dapat menimbulkan tindakan positif terhadap peraturan pajak tersebut (Bahtiar 2019). Berkaitan dengan teori atribusi menunjukkan dalam hal membayar pajak, individu dapat membuat atribusi internal dan eksternal terkait keyakinan pentingnya membayar pajak. Individu yang memiliki niat yang kuat untuk membayar pajak dalam konteks e-commerce akan cenderung lebih patuh dengan kewajiban yang harus dipatuhi mengenai pajak. Niat yang kuat ini muncul karena pengguna memahami perpajakan dan mendapat kemudahan serta manfaat dan keuntungan yang dirasakan dari sistem perpajakan ini. Sedangkan pengguna akan cenderung berperilaku negatif dalam niat membayar pajak jika hal-hal yang disebutkan diatas tidak terpenuhi. Berdasarkan penjelasan diatas penulis mengajukan hipotesis mengenai kepatuhan pengguna e-commerce yang dapat di pengaruhi oleh niat membayar pajak sebagai berikut :

H1 : niat membayar pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

2.3.2 Pengaruh kesadaran membayar pajak terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

Kesadaran membayar pajak adalah salah satu sikap sadar dari seseorang yang mencerminkan tingkat pengetahuan dan pemahaman terhadap kewajiban pajak yaitu dengan mendukung fungsi pemerintahan dan pelayanan publik. Namun sering terjadi tidak munculnya kesadaran perpajakan dari seseorang karena adanya persepsi bahwa perpajakan merupakan hal yang sulit. Kesadaran dapat dilihat berdasarkan kesungguhan dan keinginan dari wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya yaitu untuk membayar pajak (Pratama 2021). Berkaitan dengan teori atribusi, kesadaran ini mengidentifikasikan beberapa dimensi atribusi, yaitu atribusi dengan faktor internal dan eksternal. Atribusi internal dalam membayar pajak terjadi jika mereka merasa kewajiban pajak adalah tanggung jawab pribadi yang penting. Sebaliknya, atribusi eksternal muncul jika individu merasa bahwa pemerintah atau sistem pajak memiliki peran besar dalam penentuan kebijakan pajak. Atribusi dapat mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kepatuhan pajak mereka sendiri. Berdasarkan penelitian (Kumala dan Ayu (2019), (Ningsih, Malichah dan Mawardi 2019) menyimpulkan bahwa kepatuhan pajak dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak secara signifikan.

Dari penjelasan tersebut, penulis menyampaikan hipotesis bahwa kesadaran membayar pajak dapat memengaruhi tingkat kepatuhan pajak dari pengguna e-commerce.

H2 : Kesadaran membayar pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pengguna e-commerce

2.3.3 Pengaruh pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

Pemahaman perpajakan merupakan tingkat pengetahuan seseorang tentang aturan dan kewajiban pajak yang berlaku dalam konteks e-commerce. Pemahaman juga merupakan proses dimana wajib pajak mempertimbangkan tentang perpajakan kemuadian meminta persetujuan tersebut untuk membayar pajak sesuai dengan kewajibannya. Untuk bisa mengukur apakah pemahaman perpajakan dapat di pahami oleh wajib pajak adalah mengenai pengetahuan tentang jenis pajak, prosedur pembayaran pajak, serta kewajiban pajak e-commerce. Berkaitan dengan teori atribusi, pemahaman perpajakan dapat menjelaskan bahwa Individu yang membuat atribusi internal terhadap pemahaman perpajakan dapat melihat pemahaman mereka sebagai hasil dari usaha, pengetahuan, dan minat pribadi. Atribusi internal ini dapat menjadi pendorong untuk meningkatkan pemahaman perpajakan lebih lanjut, yang pada gilirannya dapat memengaruhi kepatuhan pajak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Suhono 2023), (Yunita Sari dkk 2023) menyimpulkan bahwa

Pemahaman Tentang Peraturan Perpajakan berpengaruh positif secara signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak yang menggunakan E-Commerce.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis mengajukan hipotesis bahwa pemahaman perpajakan dapat memengaruhi tingkat kepatuhan pajak dari pengguna e-commerce.

H3 : Pemahaman pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

2.3.4 Pengaruh tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem pemerintahan terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

Tingkat Kepercayaan Wajib Pajak Pada Sistem Pemerintahan dapat didefinisikan sebagai evaluasi terhadap hubungan antara berbagai lembaga yang bertanggung jawab dalam menjalankan fungsi negara demi kepentingan negara dan kesejahteraan rakyat sesuai dengan ketentuan undang-undang (Yunita sari dkk 2023). Tingkat kepercayaan pengguna e-commerce mencakup sejauh mana individu memiliki keyakinan atau kepercayaan terhadap keamanan, transparansi, dan etika dalam bertransaksi dan berinteraksi dengan platform e-commerce. Berkaitan dengan teori atribusi, tingkat kepercayaan ini menjelaskan Jika individu membuat atribusi internal terhadap kewajiban pajak, berarti mereka cenderung melihat kewajiban ini sebagai tanggung jawab pribadi. Tingkat kepercayaan dapat meningkat karena individu merasa memiliki kendali dan kekuasaan atas kewajiban pajak mereka, yang pada gilirannya dapat memengaruhi kepatuhan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Yunita Sari

dkk 2023) menyimpulkan bahwa Tingkat Kepercayaan Wajib Pajak Pada Sistem Pemerintahan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak yang menggunakan E-Commerce.

Berdasarkan penjelasan tersebut penulius mengajukan hipotesis kepatuhan pajak pengguna e-commerce yang dapat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan pengguna pada sistem pemerintah sebagai berikut :

H4 : Tingkat kepercayaan pengguna pada sistem pemerintah berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak

2.3.5 Pengaruh Tingkat *religious* pengguna e-commerce tehadap kepatuham pajak pengguna e-commerce

Tingkat religius pengguna e-commerce mencakup sejauh mana individu mengidentifikasi diri mereka dengan keyakinan, nilai-nilai, dan praktik keagamaan dalam konteks penggunaan e-commerce. Tingkat keberagamaan yang tinggi mungkin cenderung lebih memiliki nilai-nilai moral dan etika yang mengakui pentingnya kepatuhan terhadap kewajiban pajak. Keterlibatan keagamaan dapat memotivasi individu untuk bertindak sesuai dengan norma-norma moral, termasuk membayar pajak dengan benar. Berkaitan dengan teori atribusi, tingkat religious ini dapat menjelaskan Individu yang membuat atribusi internal terhadap tingkat religiusitas mereka mungkin melihat kepatuhan pajak sebagai ekspresi dari nilai-nilai dan keyakinan agama yang mendalam. Mereka dapat memandang kewajiban pajak sebagai bentuk tanggung jawab moral pribadi. Dampak agama terhadap perilaku individu adalah topik yang menarik

untuk diselidiki. Agama sering kali memperkenalkan nilai-nilai positif yang berdampak baik pada masyarakat. Sejumlah penelitian telah dilakukan untuk mengeksplorasi pengaruh yang signifikan dari religiusitas terhadap tingkat kepatuhan pajak (Ambarwati 2019).

Berdasarkan penjelasan tersebut penulius mengajukan hipotesis kepatuhan pajak pengguna e-commerce yang dapat dipengaruhi oleh Tingkat *religious* pengguna e-commerce sebagai berikut :

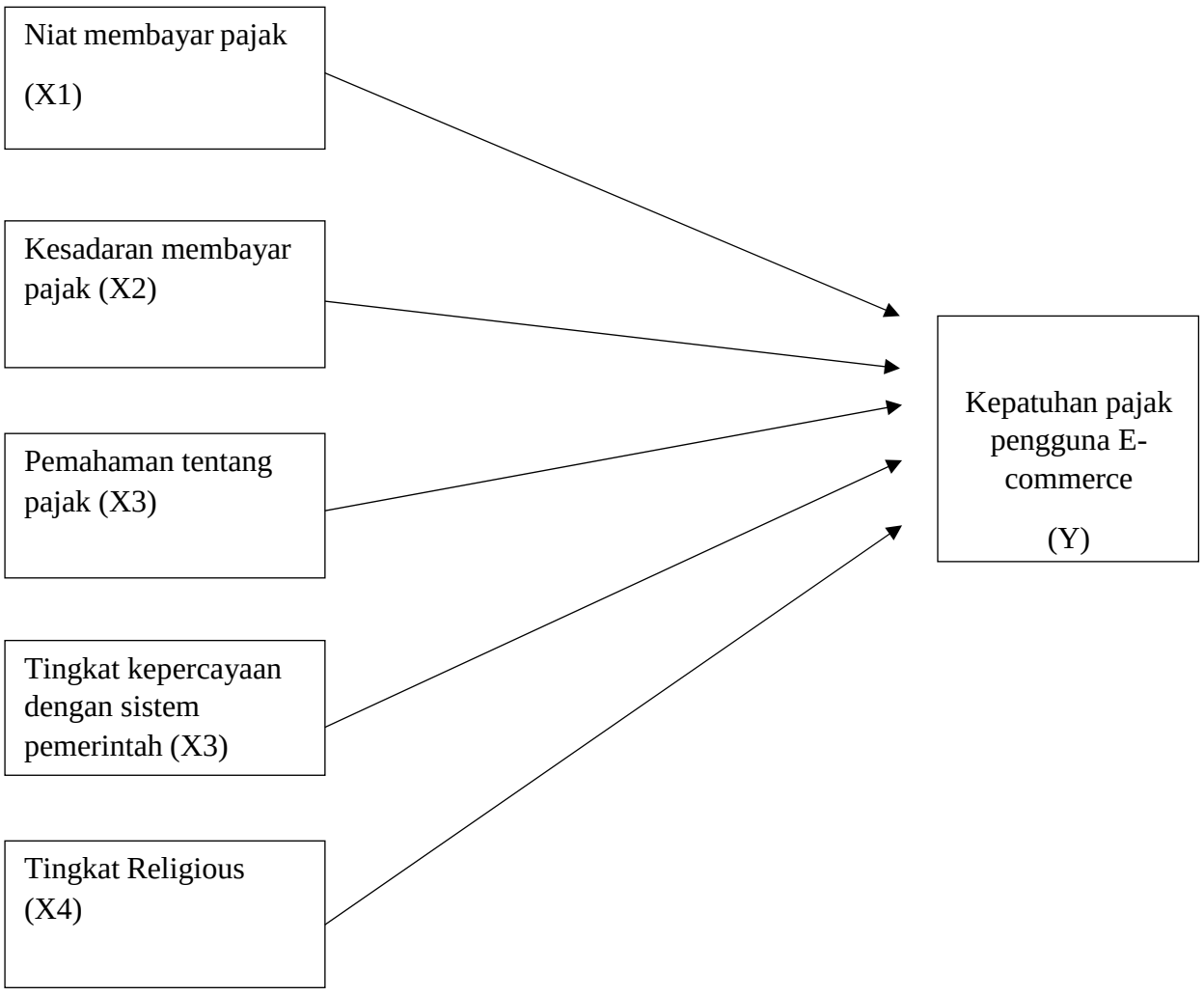
H5 : Tingkat *religious* pengguna e-commerce berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce.

2.4 Gambar kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran berikut ini dibuat dengan melihat beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dijadikan dasar untuk merumuskan hipotesis penelitian ini.

Gambar 2. 1

Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono 2017) Populasi adalah objek/subjek dengan karakteristik tertentu sesuai dengan kriteria yang penulis tentukan untuk di pelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna yang menggunakan platform e-commerce dan pelaku usaha e-commerce di seluruh marketplace yang ada.

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik. Sahingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Dari pengertian di atas agar dapat memudahkan penelitian, penulis menetapkan sifat dan karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah dengan *Simple Random Sampling* (Penyampelan acak sederhana), dimaksudkan bahwa sebanyak n sampel diambil dari populasi N dan tiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk terambil. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini memiliki ketentuan adalah, penguna e-commerce usia produktif yang sering menggunakan platform e-commerce dan pelaku usaha e-commerce di seluruh marketplace yang ada dengan jumlah minimal 150 orang. (Hair 2019) menyebutkan jumlah sampel minimal setidaknya 5 kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang ada pada kuesioner, jadi ukuran sampel yang

dibutuhkan adalah 30 x 5 = 150 responden. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, jumlah minimal sampelnya adalah 150 untuk dapat memenuhi kriteria jumlah sampel yang cukup untuk menghasilkan hasil yang valid dan representatif.

3.2 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dapat mengidentifikasikan suatu permasalahan yang dapat dipecahkan serta akan dijadikan sasaran melalui kuesioner. Dalam mengumpulkan informasi, peneliti menjelaskan tentang pengisian kuesioner penelitian ini.

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis terencana dan terstruktur dengan jelas dengan menggunakan prosedur statistik atas cara lain yaitu pengukuran yang diharapkan untuk memperdalam penelitian agar lebih valid. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer, yang diperoleh melalui survei atau kuesioner online berupa tautan Google Form. Tautan ini disebarkan kepada responden yang telah dihubungi terlebih dahulu oleh peneliti untuk meminta partisipasi mereka dalam mengisi survei, sehingga data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian.

3.2.2 Sumber dan data penelitian

Pada penelitian ini sumber data yang dibutuhkan yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yang dijadikan sasaran penelitian atau sumber data utama.. Data diperoleh secara langsung dari peneliti kepada konsumen dan pelaku e-commerce dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner yang dibuat akan diberikan kepada pengguna atau pelaku e-commerce yang masuk kedalam kriteria sampel. Kemudian responden mulai untuk mengisi kuesioner melalui google form lalu dikembalikan kepada peneliti. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data dan mulai untuk dapat mengukur persepsi sikap dan perilaku dari jawaban responden tersebut.

3.3 Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Dependen kepatuhan pajak pengguna e-commerce (Y)

Variabel dependen dari penelitian ini adalah kepatuhan pajak pengguna e-commerce (Y). Kepatuhan yang di maksud adalah kepatuhan pengguna e-commerce dalam mematuhi peraturan pajak sesuai dengan yang sudah di tetapkan, pada penelitian ini, pengukuran variabel tentang kepatuhan pajak e-commerce menggunakan instrument kuesioner yang terdiri pertanyaan dengan skala interval 1-6,dengan penjelasan dan pemberian simbol dan skoring. Yaitu simbol STS (sangat tidak setuju) dengan skor 1, TS (Tidak setuju) dengan skor 2, KS (kurang setuju) dengan skor 3, CS (Cukup Setuju) dengan skor 4, S (setuju) dengan skor 5,dan SS (Sangat setuju) dengan skor 6.

3.3.2 Variabel Independen

3.3.2.1 Niat membayar pajak (X1)

Niat adalah kecenderungan pengguna dalam mematuhi kewajiban pajaknya. Niat untuk mematuhi pajak ini didorong oleh kemauan yang ada pada diri seseorang untuk berperilaku patuh. pengukuran variabel tentang niat membayar pajak e-commerce menggunakan instrument kuesioner yang terdiri pertanyaan dengan skala interval 1-6,dengan penjelasan dan pemberian simbol dan skoring. Yaitu simbol STS (sangat tidak setuju) dengan skor 1, TS (Tidak setuju) dengan skor 2, KS (kurang setuju) dengan skor 3, CS (Cukup Setuju) dengan skor 4, S (setuju) dengan skor 5,dan SS (Sangat setuju) dengan skor 6.

3.3.2.2 Kesadaran membayar pajak (X2)

Kesadaran adalah suatu sikap yang dimiliki seseorang guna memenuhi kewajiban perpajakannya dengan melibatkan pengetahuan, keyakinan serta penalaran untuk bertindak di dalam hal kepatuhan pembayaran pajak. Pengukuran variabel tentang kesadaran membayar pajak menggunakan instrument kuesioner yang terdiri pertanyaan dengan skala interval 1-6, dengan penjelasan dan pemberian simbol dan skoring. Yaitu simbol STS (sangat tidak setuju) dengan skor 1, TS (Tidak setuju) dengan skor 2, KS (kurang setuju) dengan skor 3, CS (Cukup Setuju) dengan skor 4, S (setuju) dengan skor 5,dan SS (Sangat setuju) dengan skor 6.

3.3.2.3 Pemahaman Perpajakan (X3)

Pemahaman perpajakan adalah suatu proses dimana seorang pengguna atau wajib pajak dapat mempertimbangkan tentang perpajakan kemudian meminta persetujuan tersebut untuk membayar pajak sesuai dengan kewajibannya (Ningsih, 2019). Pengukuran variabel tentang Pemahaman perpajakan menggunakan instrument kuesioner yang terdiri pertanyaan dengan skala interval 1-6, dengan penjelasan dan pemberian simbol dan skoring. Yaitu simbol STS (sangat tidak setuju) dengan skor 1, TS (Tidak setuju) dengan skor 2, KS (kurang setuju) dengan skor 3, CS (Cukup Setuju) dengan skor 4, S (setuju) dengan skor 5,dan SS (Sangat setuju) dengan skor 6.

3.3.2.4 Tingkat kepercayaan dengan sistem pemerintah (X4)

Kepercayaan pada sistem pemerintahan ini dapat diartikan sebagai suatu hubungan penilaian dan dengan antar lembaga dalam menyelenggarakan kekuasaan negara yang digunakan untuk kepentingan negara dalam mewujudkan kesejahteraan rakyatnya sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Pengukuran variabel tentang tingkat kepercayaan dengan sistem pemerintah menggunakan instrument kuesioner yang terdiri pertanyaan dengan skala interval 1-6, dengan penjelasan dan pemberian simbol dan skoring. Yaitu simbol STS (sangat tidak setuju) dengan skor 1, TS (Tidak setuju) dengan skor 2, KS (kurang setuju) dengan skor 3, CS (Cukup Setuju) dengan skor 4, S (setuju) dengan skor 5,dan SS (Sangat setuju) dengan skor 6.

3.3.2.5 Tingkat *Religious* (X5)

Kereligiusan seseorang terhadap norma-norma agama juga sangat berpengaruh terhadap tingkat kewajiban perpajakannya. Pengaruh agama terhadap perilaku individu merupakan aspek yang menarik untuk dipelajari, karena agama sering kali membawa nilai-nilai positif bagi masyarakat. Pengukuran variabel tentang tingkat religious menggunakan instrument kuesioner yang terdiri pertanyaan dengan skala interval 1-6, dengan penjelasan dan pemberian simbor dan skoring. Yaitu simbol STS (sangat tidak setuju) dengan skor 1, TS (Tidak setuju) dengan skor 2, KS (kurang setuju) dengan skor 3, CS (Cukup Setuju) dengan skor 4, S (setuju) dengan skor 5,dan SS (Sangat setuju) dengan skor 6.

3.4 Teknik analisis data

Setelah memperoleh data, kemudian dilakukan teknik analisis data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan statistik deskriptif. Metode deskriptif kuantitaif digunakan untuk menganalisis data yaitu dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sehingga memberikan informasi yang berguna dan juga menyiapkan ke dalam bentuk yang siap untuk dapat di analisis.

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistif deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu data sehingga memberikan informasi yang berguna (Walpole 1995). Alat analisis yang digunakan adalah rata-rata,

maksimal, minimal, dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variable penelitian.

3.4.2 Kualitas Data

3.4.2.1 Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah suatu kuesioner tersebut valid atau tidak. Yaitu dengan membandingkan koefisien r hitung dan r tabel. Dan jika sudah membandingkan akan memperoleh asumsi bahwa r hitung lebih besar daripada r tabel maka dapat dikatakan kuesioner tersebut adalah valid.

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan yaitu untuk dapat mengetahui apakah konsisten atau tidaknya kuesioner penelitian. Peneliti melakukan perhitungan pada setiap variabel dengan menghitung *cronbach alpha.* Jika sudah melakukan perhitungan maka menghasilkan asumsi bahwa *cronbach alpha* lebih dari 0,6 dapat dikatakan kuesioner tersebut reliabel. Pengujian realibilitas yang diterima antara 0,6 hingga 0,7. Reabilitas kurang baik jika <0,6,dapat diterima jika 0,7 dan baik jika >0,8. Kuesioner dikatalan reliabel dan dapat diandalkan adalah jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

3.4.2.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dapat dilakukan untuk mengetahui apakah model persamaan regresi yang digunakan tersebut dapat digunakan sebagai dasar

estimasi yang tidak bias yang terbaik dengan nama lain BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator).* Untuk data yang banyak,perlu menggunakan uji asumsi klasik untuk lebih meyakinkan kesesuaian antara model regresi tersebut.

3.4.2.4 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel depanden dan independen memiliki distribusi data yang normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan metode uji *one sample Kolmogorov smirnov* yang menyatakan bahwa residual berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05 (Purnomo 2017).

3.4.2.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah keadaan diamana ada kolerasi antara variabel independen satu dengan yang lainnya. Untuk mengetahui multikolinearitas yaitu dengan menggunakan Nilai tolerance dan VIF (Variance Inflatuon Factor) yang ada pada model regresi. Hasil uji yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan VIF > 10, maka dapat dinyatakan bahwa multikolinearitas tidak terjadi (Hikmah & Achmad, 2019).

3.4.2.6 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi mengandung perbedaan variasi residu dari kasus pengamatan satu dengan kasus pengamatan yang lainnya. Jika variasi residu dari antar kasus memiliki nilai tetap maka disebut homokedatisitas dan jika suatu nilai residual

dari data pengamatan dari satu ke yang lainnya tidak sama,maka dikatakan bahwa heterokedastisitas (Ghozali 2011). Salah satu syarat terpenuhinya model regresi adalah dengan tidak adanya heterokedastisitas dan yang baik adalah model regresi yang memiliki homokedastisitas. Pengujian heterokedastisitas dilakukan dengan teknik uji glejser,dimana jika nilai signifikansi >50 maka tidak terjadi heterokedastisitas,namun apanila nilai signifikansi <0,05 maka terjadi heterokedastisitas.

3.5 Pengujian hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah besar serta kecilnya pengaruh dari suatu variabel independen yang dibandingkan dengan variabel dependen. Hasil dari uji regresi linear berganda ini dapat digunakan untuk membuat kesimpulan dalam membuktikan hipotesis dalam penelitian ini.

Berikut adalah model persamaan regresi linear berganda yang ada pada penelitian ini :

$Y = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + \beta4X4 + \beta5X5 + \varepsilon$

Keterangan :

Y = kepatuhan pajak pengguna e-commerce

β1X1= niat membayar pajak e-commerce

β2X2= kesadaran membayar pajak e-commerce

β3X3= pemahaman tentang perpajakan e-commerce

β4X4= tingkat kepercayaan terhadap pemerintah

β5X5= tingkat Religious pengguna e-commerce

Ɛ= kesalahan

3.5.1 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ini termasuk dalam uji yang dapat digunakan sebagai mengukur sejauh mana dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Pengukurannya menggunakan nilai Adjusted R Square untuk melihat sejauh mana variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Nilai Adjusted R Square berada di kisaran 0-1, variabel independen dikatakan dapat mempengaruhi variabel dependen jika nilai Adjusted R Squarenya mendekati 1.

3.5.2 Uji F (secara simultan)

Uji F adalah tes yang dilakukan untuk memahami goodness of fIt pada suatu penelitian. Jika nilai F hitung yang dibandingkan dengan F tabel menghasilkan F hitung yang leboh besar dari Ftabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 dapat diartikan bahwa model yang digunakan tersebut layak.

3.5.3 Uji Hipotesis (Uji T)

Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji parsial (uji t). Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk mengukur pengaruh signifikannya. Jika pengaruh signifikansinya < 0,05 ,berarti variabel independen (kepatuhan pajak) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Sedangkan jika nilai > 0,05 berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal tersebut diartikan bahwa tingkat kebenaran dalam pengujian sebesar 95% dengan tingkat kesalahan sebesar 5%.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Responden gambaran umum penelitian ini merupakan para pengguna E-commerce baik pelaku usaha maupun pengguna yang berjumlah total 235 responden. Kuesioner diberikan kepada responden untuk melakukan survey pada penelitian ini. Responden dikumpulkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, platform e-commerce yang digunakan, jangka waktu penggunaan e-commerce.

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1

Persentase Jenis Kelamin Responden

jenis kelamin	frekuensi(jumlah)	persentase (%)
laki-laki	63	27%
perempuan	172	73%
total	235	100%

Sumber : Data Primer Diolah,2024

Berdasarkan tabel 4.1 dijelaskan bahwa jumlah reponden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 172 orang atau 73%. Sedangkan jumlah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 63 orang atau 27%. Dengan kondisi demikian dapat diketahui bahwa respinden pada penelitian ini responden yang memiliki jumlah paling banyak adalah responden dengan berjenis kelamin perempuan dibandingkan dengan responden dengan berjenis kelakim laki-laki.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden dikelompokkan berdasarkan karakteristik usia dengan klasifikasi sebagai berikut :

Tabel 4. 2

Persentase Usia Responden

Usia	frekuensi(jumlah)	persentase (%)
≤ 20	40	17%
21-30	143	60%
31-40	23	10%
41-50	11	5%
lebih dari 50th	18	8%
total	235	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan penjelasan Tabel 4.2 persentase Usia responden, jumlah responden paling banyak merupakan responden dengan usia 21-30 tahun dengan jumlah 143 responden atau 60%. Katergori responden paling sedikit merupakan responden berusia 41-50 tahun dengan jumlah 11 orang atau dengan persentase 5%. Kondisi yang demikian bahwa responden pada penelitian ini sebagian besar adalah responden berusia 21-30.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan dengan klasifikasi sebagai berikut :

Tabel 4. 3

Persentase Pekerjaan Responden

Pekerjaan	frekuensi(jumlah)	persentase (%)
pelajar/mahasiswa	113	48%
Swasta	42	18%
ASN	16	7%
Wirausaha	27	11%
lainnya	37	16%
total	235	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.3 dijelaskan bahwa jumlah responden yang paling banyak merupakan responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yang berjumlah 113 atau sama dengan 48%. Sedangkan jumlah responden paling rendah merupakan responden dengan pekerjaan sebagai ASN yang berjumlah 16 orang atau 7%. Kondisi yang demikian dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini sebagian besar adalah responden dengan pekerjaan pelajar/mahaiswa.

4.1.4 Karakteristik responden berdasarkan platform e-commerce yang digunakan

Responden dikelompokkan berdasarkan platform e-commerce yang digunakan dengan klasifikasi berikut :

Tabel 4. 4

Persentase platform e-commerce yang digunakan

market place	frekuensi(jumlah)	persentase (%)
tokopedia	79	18%
shopee	203	46%
lazada	48	11%

tiktokshop	108	25%
total	438	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.4 dijelaskan bahwa jumlah responden yang menggunakan platform e-commerce yang paling banyak adalah shopee dengan jumlah 203 orang atau 46%. Sedangkan jumlah responden yang menggunakan platform e-commerce paling rendah adalah lazada dengan jumlah 48 atau 11%. Jumlah keseluruhan responden adalah sebesar 235 responden, pada kelompok ini responden bisa memilih lebih dari satu pilihan sesuai dengan platform yang mereka gunakan, sehingga menimbulkan total keseluruhan yang melebihi jumlah responden.

4.1.5 Karakteristik responden berdasarkan jangka waktu penggunaan marketplace

Responden dikelompokkan berdasarkan jangka waktu penggunaan marketplace dengan klasifikasi berikut :

Tabel 4. 5

Persentase jangka waktu penggunaan market place

Waktu	frekuensi(jumlah)	persentase (%)
6 bulan	156	66%
1 tahun	38	16%
2 tahun	27	11%
lebih dari 3 tahun	14	7%
total	235	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.5 dijelaskan bahwa jangka waktu penggunaan marketplace paling banyak adalah pada jangka waktu 6 bulan, hal ini

dikarenakan pengguna menggunakan platform e-commerce ini tidak terus menerus menggunakan dan bergantian sesuai dengan keinginan dari pengguna tersebut.

4.1.6 Karakteristik Responden berdasarkan mana yang konsumen dan pelaku usaha

Tabel 4.6

Persentase konsumen dan Pelaku usaha e-commerce

Jenis	Frekuensi(jumlah)	Persentase(%)
Konsumen	188	80%
Pelaku usaha	47	20%
Total	235	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan table 4.6 dijelaskan bahwa jumlah responden yang mengisi kuesioner menunjukkan bahwa sejumlah 188 respoden merupakan konsumen ecommerce, sedangkan 47 responden merupakan pelaku usaha. Kondisi yang demikian dapat diketahui bahwa yang mengisi terbanyak pada kuesioner adalah konsumen yang menggunakan platform e-commerce.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah valid atau tidaknya suatu data kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Uji validitas juga dapat digunakan untuk mengukur apakah kuesioner dapat dikatakan layak sebagai alat ukur dalam penelitian. Untuk mengetahui valid tidaknya dilihat

dengan taraf signifikan yaitu sebesar 5% dan nilai r tabel dari sampel 235 adalah sebesar 0,1311. Hasil uji validitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 7

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson colleration	sig	R tabel	Keterangan
Kepatuhan Pajak	Y	1	0,000	0,1311	Valid
	Y1	0,814	0,000	0,1311	Valid
	Y2	0,842	0,000	0,1311	Valid
	Y3	0,796	0,000	0,1311	Valid
	Y4	0,701	0,000	0,1311	Valid
	Y5	0,864	0,000	0,1311	Valid
Niat membayar pajak	X1	1	0,000	0,1311	Valid
	X11	0,853	0,000	0,1311	Valid
	X12	0,848	0,000	0,1311	Valid
	X13	0,844	0,000	0,1311	Valid
	X14	0,869	0,000	0,1311	Valid
	X15	0,822	0,000	0,1311	Valid
Kesadaran membayar pajak	X2	1	0,000	0,1311	Valid
	X21	0,869	0,000	0,1311	Valid
	X22	0,886	0,000	0,1311	Valid
	X23	0,857	0,000	0,1311	Valid
	X24	0,886	0,000	0,1311	Valid
	X25	0,881	0,000	0,1311	Valid
Pemahaman perpajakan	X3	1	0,000	0,1311	Valid
	X31	0,677	0,000	0,1311	Valid
	X32	0,738	0,000	0,1311	Valid
	X33	0,737	0,000	0,1311	Valid
	X34	0,724	0,000	0,1311	Valid
	X35	0,759	0,000	0,1311	Valid
Tingkat kepercayaan sistem pemerintah	X4	1	0,000	0,1311	Valid
	X41	0,742	0,000	0,1311	Valid
	X42	0,718	0,000	0,1311	Valid
	X43	0,799	0,000	0,1311	Valid
	X44	0,790	0,000	0,1311	Valid

	X45	0,777	0,000	0,1311	Valid
Tingkat religious	X5	1	0,000	0,1311	Valid
	X51	0,769	0,000	0,1311	Valid
	X52	0,758	0,000	0,1311	Valid
	X53	0,817	0,000	0,1311	Valid
	X54	0,803	0,000	0,1311	Valid
	X55	0,796	0,000	0,1311	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Tabel 4.6 memberikan gambaran atas hasil dari uji validitas setiap poin pertanyaan yang diajukan di dalam kuesioner. Nilai signifikansi dalam masing-masing variable dapat dikatakan valid karena r hitung>dari nilai r tabel.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah uji yang bertujuan agar dapat mengetahui konsisten atau tidaknya kuesioner penelitian. Uji reliabilitas ini menunjukkan hasil konsistensi kepada individu ketika dilakukan pengujian tes yang sama namun dalam jangka waktu yang berbeda. Dapat dilihat pada nilai Cronbach Alpha (α) yang dihitung pada setiap instrumen variabel. Jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,5,maka disimpulkan bahwa variabel tersebut reliabel. Untuk menguji reliabilitas bisa menggunakan 2 cara yaitu dengan cara repead measure (pengukuran ulang) dan one shot (pengukuran sekali dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha). (Ghozali 2016).

Tabel 4. 8

Hasil Uji Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Y	0,853	***Reliabel***
X1	0,901	***Reliabel***
X2	0,923	***Reliabel***
X3	0,777	***Reliabel***

X4	0,822	***Reliabel***
X5	0,850	***Reliabel***

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan penjelasan pada table 4.7 menyajikan data uji Cronbach Alpha yang dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang terdapat didalam penelitian ini dinilai reliabel dengan menunjukkan nilai Cronbach alpha > dari 0, 05 yang artinya reliabel.

4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4. 9

Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kepatuhan pajak	235	2	6	5.292	0.811
Niat membayar pajak e-commerce	235	1	6	5.247	0.821
Kesadaran membayar pajak e-commerce	235	3	6	5.272	0.791
Pemahaman perpajakan e-commerce	235	1	6	5.201	0.900
Tingkat Kepercayaan wajib pajak pada sistem pemerintahan	235	2	6	5.219	0.925
Tingkat religious pengguna e-commerce	235	2	6	5.325	0.826

Sumber : Data Primer Diolah 2024

4.2.3.1 Variabel Dependen

Berdasarkan tabel 4.8 hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variable dependen Y (kepatuhan pajak) memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6 ,dapat diketahui bahwa dari semua responden pada penelitian ini memberikan penilaian terendah tentang pengetahuan kepatuhan pajak sebesar 2 dan nilai tertinggi yaitu 6. Sedangkan rata-rata variabel dependen Y (kepatuhan pajak) adalah sebesar 5,292 dan standar deviasi sebesar 0,811.

4.2.3.2 Variabel independen

4.2.3.2.1 Niat membayar pajak e-commerce

Berdasarkan tabel 4.8 hasil analisis deskriptif dapat diketahui bahwa variabel independen X1 (niat membayar pajak e-commerce) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum sebesar 6. Dapat diketahui bahwa dari semua responden pada penelitian ini memberikan penilaian terendah tentang niat membayar pajak e-commerce sebesar 1 dan nilai tertinggi sebesar 6. Sedangkan rata-rata variable X1 adalah sebesar 5,247 dan standar deviasi sebesar 0,821.

4.2.3.2.2 Kesadaran Membayar Pajak e-commerce

Berdasarkan tabel 4.8 hasil analisis deskriptif dapat diketahui bahwa variabel independen X2 (kesadaran membayar pajak e-commerce) memiliki nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 6. Dapat diketahui bahwa dari semua responden pada penelitian ini memberikan penilaian terendah tentang niat membayar pajak e-commerce sebesar 3 dan nilai tertinggi sebesar 6. Sedangkan rata-rata variable X2 adalah sebesar 5,272 dan standar deviasi sebesar 0,791

4.2.3.2.3 Pemahaman Perpajakan

Berdasarkan tabel 4.8 hasil analisis deskriptif dapat diketahui bahwa variabel independen X3 (pemahaman perpajakan) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum sebesar 6. Dapat diketahui bahwa dari semua responden pada penelitian ini memberikan penilaian terendah tentang niat membayar pajak e-commerce sebesar 1 dan nilai tertinggi sebesar 6. Sedangkan rata-rata variable X3 adalah sebesar 5,201 dan standar deviasi sebesar 0,900.

4.2.3.2.4 Tingkat Kepercayaan terhadap sistem pemerintah

Berdasarkan tabel 4.8 hasil analisis deskriptif dapat diketahui bahwa variabel independen X4 (tingkat kepercayaan terhadap sistem pemerintah) memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6. Dapat diketahui bahwa dari semua responden pada penelitian ini memberikan penilaian terendah tentang niat membayar pajak e-commerce sebesar 2 dan nilai tertinggi sebesar 6. Sedangkan rata-rata variable X4 adalah sebesar 5,219 dan standar deviasi sebesar 0,925

4.2.3.2.5 Tingkat Religious pengguna e-commerce

Berdasarkan tabel 4.8 hasil analisis deskriptif dapat diketahui bahwa variabel independen X5 (tingkat religious pengguna e-commerce) memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6. Dapat diketahui bahwa dari semua responden pada penelitian ini memberikan penilaian terendah tentang niat membayar pajak e-commerce sebesar 2 dan nilai tertinggi sebesar 6. Sedangkan rata-rata variable X4 adalah sebesar 5,325 dan standar deviasi sebesar 0,826.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunalan dalam penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Pada penelitian ini ,uji normalitas yang dilakukan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*, dan dilihat jika nilai yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka data yang digunakan untuk penelitian berada disekitas diagonal normal plot. Model analisis regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau

mendekati normal. Jika tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi normal ,namun jika lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal. (Ghozali, 2018). Berikut adalah hasil uji normalitas terhadap data yang dihasilkan :

Tabel 4. 10

Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		235
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.03922771
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.044
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data Primer tahun (2024)

Berdasarkan Penjelasan dari hasil uji normalitas pada tabel 4.9 ,menghasilkan nilai probabilitas sebesar 0,20 >0,05 sehingga data residual pada model regresi terdistribusi normal. Sehingga model regresi ini layak untuk digunakan untuk analisis atau penelitian selanjutnya.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah ada atau tidak hubungan antara variabel independen dan variabel independen lainnya ,serta digunakan untuk menguji seberapa mirip antar kedua variabel tersebut. Dalam uji ini memastikan ada atau tidaknya inkolerasi antara variable bebas. Jika nilai toleransinya lebih besar dari 10% atau 0,1 dan nilai VIF *(Variance Inflation Factor)*kurang dari 10 maka model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 11

Uji Multikolinearitas

Variabel	***Collinearity Statistic***		**Keterangan**
	Tolerance	**VIF**	
Niat membayar pajak	0,560	1,787	***Non multikolinearitas***
Kesadaran membayar pajak	0,694	1,442	***Non multikolinearitas***
Pemahaman tentang pajak	0,575	1,740	***Non multikolinearitas***
Tingkat kepercayaan dengan sistem pemerintah	0,930	1,076	***Non multikolinearitas***
Tingkat religious	0,550	1,819	***Non multikolinearitas***

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan penjelasan uji multikolinearitas pada tabel 4.9, terdapat tolerance dan VIF dari variabel X1 (niat membayar pajak) sebesar 0,560 dan 1,787. Pada variabel X2 (kesadaran membayar pajak) sebesar 0,694 dan 1,442. Pada variabel X3 (pemahaman tentang pajak) sebesar 0,575 dan 1,740. Pada variabel X4 (tingkat kepercayaan dengan sistem pemerintah) sebesar 0,930

dan1,076. Pada variabel X5 (Tingkat religious) sebesar 0,550 dan 1,819. Sehingga dapat ditarik kesimpuan bahwa persamaan model regresi tidak terdapat gejala multikolinearitas dan dapat disimpulkan tidak adanya kolerasi antar variabel-variabel bebas. Sehingga model regresi ini dapat digunakan kedepannya dalam analisis selanjutnya karena nilai tolerance berada diatas 10% dan nilai VIF dibawah angka 10.

4.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji glejser yang digunakan untuk menganalisis ada atau tidaknya heterokedastisitas. Model regresi dikatakan valid apabila tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Jika suatu nilai residual dari data yang satu ke yang lainnnya tidak sama,maka dikatakan heterokedastisitas. Apabila nilai probabilitas (sig) lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali 2018). Berikut adalah hasil uji heterokedastisitas.

Tabel 4. 12

Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Niat membayar pajak	0,213	*Non Heterokedastisitas*
Kesadaran membayar pajak	0,227	*Non Heterokedastisitas*
Pemahaman tentang pajak	0,776	*Non Heterokedastisitas*
Tingkat kepercayaan dengan sistem pemerintah	0,588	*Non Heterokedastisitas*
Tingkat religious	0,774	*Non Heterokedastisitas*

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan penjelasan tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel independen (niat membayar pajak, kesadaran membayar pajak, pemahaman

tentang pajak, tingkat kepercayaan dengan sistem pemerintah, tingkat religious) memiliki nilai p value > 0,05 atau 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari heterokedastisitas.

4.4 Uji Hipotesis

4.4.1 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi pada penelitian ini menggunakan uji koefisien determinasi (adjusted R Square). Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Nilai untuk mengukur Adjusted R Square berada pada kisaran 0-1, yang nantinya menunjukkan variabel yang dapat dijelaskan didalam model regresi. Variabel independen dapat di katakana memberikan pengaruh terhadap variabel dependen jika nilai Adjusted R Square mendekati angka 1. Berikut adalah hasil analisis yang sudah dilakukan :

Tabel 4. 13

Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pada tabel 4.11 dihasilkan koefisien determinasi Dengan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548[a]	.300	.285	2.06137

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1
b. Dependent Variable: Y
Sumber : Data Primer Diolah 2024

Adjusted R Square sebesar 0,300 hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu X1,X2,X3,X4, X5 (niat membayar pajak,kesadaran membayar pajak,pemahaman tentang pajak,tingkat kepercayaan terhadap sistem pemerintah,tingkat religius) dapat menjelaskan terhadap variable Y (kepatuhan pajak) sebesar 30% sedangkan sisanya sebesar 70% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

4.4.2 Uji Statistik F

Uji F dilakukan untuk mengetahui *goodness of fit* pada suatu penelitian. Jika nilai F hitung yang dibandingkan dengan F tabel menghasilkan F hitung yang lebih besar dari F tabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 dapat diartikan bahwa model yang digunakan tersebut layak. Berikut adalah hasil uji F pada penelitian ini.

Tabel 4. 14

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	417.289	5	83.458	19.641	.000[b]
	Residual	973.077	229	4.249		
	Total	1390.366	234			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa Annova nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Dapat ditunjukkan pada nilai signifikan sebesar 0,00 yang artinya (P<0,05), hal ini dapat diartikan jika terdapat pengaruh antara variable independen yaitu X1 X2 X3 X4 X5 (niat membayar pajak,kesadaran membayar

pajak,pemahaman tentang pajak,tingkat kepercayaan terhadap sistem pemerintah,tingkat religious) terhadap variabel dependen Y (kepatuhan pajak).

4.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Hasil ujinya dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat kesimpulan serta menjawan beberapa masalah dan membuktikan hipotesis.

Tabel 4. 15

Analisis Linear Berganda

Model	***Unstandardized Coefficient***		***sig***
	B	***Std.Error***	
(constant)	10,81	1,963	0,000
Niat membayar pajak (X1)	0,382	0,073	0,000
Kesadaran membayar pajak (X2)	0,036	0,076	0,623
Pemahaman tentang pajak (X3)	0,080	0,055	0,146
Tingkat kepercayaan dengan sistem pemerintah (X4)	0,16	0,040	0,694
Tingkat religious (X5)	0,82	0,056	0,143

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.13 analisis regresi linear bergamda maka dapat menghasilkan persamaan sebagai berikut :

$Y = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + \beta4X4 + \beta5X5 + Ɛ$

$Y = 10,81 + 0,382\ X1 + 0,036\ X2 + 0,080\ X3 + 0,16\ X4 + 0,82\ X5 + Ɛ$

Keterangan :

Y = kepatuhan pajak pengguna e-commerce

β1X1= niat membayar pajak e-commerce

β2X2= kesadaran membayar pajak e-commerce

β3X3= pemahaman tentang perpajakan e-commerce

β4X4= tingkat kepercayaan terhadap pemerintah

β5X5= tingkat Religious pengguna e-commerce

Ɛ= kesalahan

Pada tabel 4.13 analisis regresi linear berganda dapat diketahui besarnya koefisen variabel independen X1 X2 X3 X4 dan X5 (niat membayar pajak,kesadaran membayar pajak, pemahaman tentang pajak,tingkat kepercayaan terhadap sistem pemerintah,tingkat religious) dapat diketahui nilai positif. Bila variabel independen naik maka berpengaruh pada meningkatnya variabel kepatuhan pajak sebesar 10,81.

Pada tabel 4.13 analisis regresi linear berganda dapat diketahui bahwa besarnya koefisien variabel independen X1 (niat membayar pajak) adalah positif 0,328 hal ini menunjukkan bahwa variabel independen X1 (niat membayar pajak) berpengaruh positif terhadap variabel dependen Y (kepatuhan pajak). Nilai koefisien mengartikan bahwa setiap kenaikan variabel independen X1 (niat membayar pajak) sebesar 1, maka kepatuhan pajak akan mengalami kenaikan sebesar 0,328 dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Pada tabel 4.13 analisis regresi linear berganda dapat diketahui besarnya koefisien variabel X2 (kesadaran membayar pajak) adalah positif 0,036 hal

ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran membayar pajak dapat berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Nilai koefisien mengartikan bahwa setiap kenaikan variabel independen X2 (kesadaran membayar pajak) sebesar 1, maka kepatuhan pajak akan mengalami kenaikan sebesar 0,036 dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Pada tabel 4.13 analisis regresi linear berganda dapat diketahui besarnya koefisien variabel X3 (pemahaman tentang pajak) adalah positif 0,080 hal ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman tentang pajak dapat berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Nilai koefisien mengartikan bahwa setiap kenaikan variabel independen X3 (pemahaman tentang pajak) sebesar 1, maka kepatuhan pajak akan mengalami kenaikan sebesar 0,080 dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Pada tabel 4.13 analisis regresi linear berganda dapat diketahui besarnya koefisien variabel X4 (tingkat kepercayaan pada sistem pemerintah) adalah positif 0,16 hal ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran membayar pajak dapat berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Nilai koefisien mengartikan bahwa setiap kenaikan variabel independen X4 (tingkat kepercayaan pada sistem pemerintah) sebesar 1, maka kepatuhan pajak akan mengalami kenaikan sebesar 0,16 dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Pada tabel 4.13 analisis regresi linear berganda dapat diketahui besarnya koefisien variabel X5 (tingkat *religious*) adalah positif 0,82 hal ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran membayar pajak dapat berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Nilai koefisien mengartikan bahwa setiap

kenaikan variabel independen X4 (tingkat kepercayaan pada sistem pemerintah) sebesar 1, maka kepatuhan pajak akan mengalami kenaikan sebesar 0,16 dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

4.4.4 Uji Signifikansi Individual (Uji T)

Uji t atau uji signifikansi individual digunakan dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi jika variabel memiliki nilai konstan dnegan sig 0,05 atau 5%. Berikut adalah hasil uji yang dijelaskan pada tabel 4.14 :

Tabel 4. 16

Uji signifikansi individual (Uji T)

Hipotesis	B	t	sig	keterangan
Niat membayar pajak e-commere (H1)	0,386	5,509	0,000	Diterima
Kesadaran membayar pajak (H2)	0,032	5,226	0,623	Ditolak
Pemahaman tentang pajak (H3)	0,106	0,479	0,146	Ditolak
Tingkat kepercayaan dengan sistem pemerintah (H4)	0,023	1,458	0,694	Ditolak
Tingkat religious pengguna e-commerce (H5)	0,110	0,394	0,143	Ditolak

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh niat membayar pajak terhadap kepatuhan pajak pengguna e- commerce

Berdasarkan uji pada H1 menunjukkan bahwa variabel independen niat membayar pajak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen kepatuhan pajak e- commerce . Pernyataan tersebut berdasarkan hasil dari tabel 4,14 yang menunjukkan variabel X1 (niat membayar pajak) bernilai kurang dari 0,05 yaitu 0,000. Dengan demikian, kesimpulan yang diperoleh adalah hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima atau didukung oleh data.

Berdasarkan hasil dari uji tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi niat membayar pajak yang dimiliki oleh pengguna e-commerce maka semakin meningkatkan kepatuhan pajak dalam membayar pajak e-commerce. Hal ini sesuai dengan teori atribusi dimana pengguna e-commerce melihat diri mereka sebagai warga negara yang bertanggung jawab dan patuh terhadap aturan, dan juga didukung oleh adanya motivasi dalam diri yang timbul membentuk perilaku taat. Atribusi internal positif ini menciptakan kepatuhan pajak yang berkelanjutan, karena individu merasa bahwa membayar pajak adalah bagian penting dari identitas dan tanggung jawab mereka. Teori atribusi juga membantu menjelaskan bagaimana individu memberikan makna terhadap niat mereka untuk membayar pajak.

Hal ini sejalan dengan penelitian mengenai niat membayar pajak menurut (Qosidah dkk 2023) menemukan bahwa niat membayar pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak.

4.5.2 Pengaruh kesadaran membayar pajak terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

Berdasarkan uji pada H2 menunjukkan bahwa variabel independen kesadaran membayar pajak tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen kepatuhan pajak. Pernyataan tersebut berdasarkan perhitungan hasil pada tabel 4.14 yang menunjukkan bahwa variabel X2 (kesadaran membayar pajak) memiliki nilai lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,623. Dengan demikian, kesimpulan yang diperoleh adalah variabel kesadaran membayar pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak e-commerce. Oleh karena itu hipotesis H2 pada penelitian ini gagal diterima atau ditolak.

Berdasarkan hasil dari uji tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran membayar pajak yang dimiliki oleh pengguna e-commerce maka semakin menurunnya kepatuhan pajak dalam membayar pajak e-commerce. Hal tersebut juga sesuai dengan penjelasan mengenai teori atribusi dimana tidak adanya kesadaran dari pengguna e-commerce untuk mematuhi perpajakan karena adanya pengaruh yang berasal dari dalam diri individu, Seperti contoh ketika individu dalam keadaan ekonomi yang sulit, maka individu akan lebih mementingkan memenuhi kebutuhan pokok pribadinya daripada memenuhi kepatuhan pajaknya. Namun hipotesis di atas mengenai kesadaran membayar pajak ditolak mungkin dapat disebabkan karena rendahnya kesadaran

mereka terhadap manfaat pajak, pengguna berasumsi bahwa jika kewajiban pajak mereka tidak sebanding dengan manfaat yang mereka terima dari pelayanan publik yang dibiayai oleh pajak, hal tersebut dapat mengurangi motivasi mereka untuk membayar pajak. Oleh karena itu pemerintah diharapkan melakukan suatu pendekatan lain untuk meningkatkan kepatuhan pajak. Hal tersebut juga sejalan dengan teori atribusi dimana mengaitkan ketidakpuasan terhadap faktor eksternal.

Hal ini sejalan dengan penelitian kesadaran membayar pajak menurut (Hama 2021) yang menyatakan bahwa kesadaran membayar pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak e-commerce. Dan juga penelitian yang dilakukan oleh (Sabrina 2023) yang juga menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak e-commerce. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Ningsih, Malichah dan Mawardi 2019), (Sitinjak 2021), (Melinda 2022) yang menyatakan bahwa kepatuhan pajak e-commerce dapat dipengaruhi oleh kesadaran membayar pajak e-commerce. Perbedaan dapat terjadi karena adanya perbedaan subjek atau objek penelitian sehingga mempengaruhi kualitas tingkat pengetahuan responden.

4.5.3 Pengaruh Pemahaman tentang Pajak terhadap Kepatuhan Pajak pengguna E-commerce

Berdasarkan uji pada H3 menunjukkan bahwa variabel independen Pemahaman tentang pajak tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen kepatuhan pajak. Pernyataan tersebut berdasarkan perhitungan hasil pada tabel 4.14 yang menunjukkan bahwa variabel X3 (pemahaman tentang

pajak) memiliki nilai lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,146. Dengan demikian, kesimpulan yang diperoleh adalah variabel pemahaman tentang pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak e-commerce. Oleh karena itu hipotesis H3 pada penelitian ini gagal diterima atau ditolak.

Berdasarkan hasil uji menunjukkan semakin tinggi tingkat pemahaman perpajakan e-commerce maka akan semakin menurunnya kepatuhan pajak e-commerce. Hal ini sejalan dengan teori atribusi eksternal dimana individu merasa bahwa peraturan perpajakan khususnya dalam konteks e-commerce sangatlah kompleks dan sulit dipahami untuk masyarakat yang tidak mendalami peran pajak di kehidupannya, dalam hal ini kepatuhan pajak lebih dipahami sebagai kewajiban hukum daripada hanya pemahaman perpajakan. Namun, dalam penelitian ini pemahaman pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak mungkin dapat disebabkan karena persepsi individu bahwa pemahaman tidak memberikan kontribusi terhadap kepatuhan pajak yang mungkin berasal dari ketentuan hukum pajak, faktor ekonomi atau pribadi, dan hal tersebut hanya dapat membentuk perilaku pajak tanpa adanya pemahaman mendalam tentang pajak.

Jika dilihat dari banyaknya penelitian terdahulu, variabel pemahaman perpajakan ini banyak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak seperti penelitian yang dilakukan oleh (Melinda 2022). Namun, pada penelitian ini menghasilkan pengaruh yang tidak signifikan. Hal tersebut dikarenakan salah satunya penentuan sampel yang tidak menunjukkan pengaruh signifikan yang tidak mewakili populasi atau kelompok tertentu dengan baik.

4.5.4 Pengaruh tingkat kepercayaan terhadap pemerintah terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

Berdasarkan uji pada H4 menunjukkan bahwa variabel independen Tingkat kepercayaan terhadap sistem pemerintah tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen kepatuhan pajak. Pernyataan tersebut berdasarkan perhitungan hasil pada tabel 4.14 yang menunjukkan bahwa variabel X4 (tingkat kepercayaaan pada sistem pemerintah) memiliki nilai lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,694 . Dengan demikian, kesimpulan yang diperoleh adalah variabel tingkat kepercayaan pada sistem pemerintah tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak e-commerce. Oleh karena itu hipotesis H4 pada penelitian ini gagal diterima atau ditolak.

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap sistem pemerintah maka akan semakin menurunnya kepatuhan pajak e-commerce. Hal ini sejalan dengan teori atribusi ekternal negatif dimana individu mengaitkan sebagai akibat dari kebijakan atau tindakan pemerintah yang dianggap kurang transparan dan adil. Dalam penelitian ini, sistem pemerintah yang dimaksud adalah bagaimana pemerintah dapat memberikan kebijakan dalam perpajakan e-commerce. Namun pada penelitian ini, hipotesis tersebut ditolak karena Individu menganggap sistem pajak itu rumit dan sulit dimengerti, dari pihak pemerintah kurang memberikan interaksi dan pendekatan terhadap masyarakat untuk membantu memberikan motivasi agar masyarakat mau mempercayai sistem pemerintah. Sehingga

dapat disimpulkan Tingkat kepercayaan terhadap sistem pemerintah tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak e-commerce.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahma 2023) yang menyatakan bahwa tingkat kepercayaan kepada sistem pemerintah tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak e-commerce. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh (Hidayati dan Rioni 2023) dan (Yunita Sari dkk 2023) ,menyatakan bahwa tingkat kepercayaan kepada sistem pemerintah berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak e-commerce.

4.5.5 Pengaruh tingkat *religious* pengguna e-commerce terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

Berdasarkan uji pada H3 menunjukkan bahwa variabel independen tingkat *religious* pengguna e-commerce tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen kepatuhan pajak. Pernyataan tersebut berdasarkan perhitungan hasil pada tabel 4.14 yang menunjukkan bahwa variabel X5(tingkat *religious* pengguna e-commerce) memiliki nilai lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,143. Dengan demikian, kesimpulan yang diperoleh adalah variabel tingkat religious pengguna e-commerce tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak e-commerce. Oleh karena itu hipotesis H4 pada penelitian ini gagal diterima atau ditolak.

Tingkat religius mencakup sejauh mana individu mengidentifikasi diri mereka dengan keyakinan, nilai-nilai, dan praktik keagamaan. Dengan bentuk kesadaran dari dalam diri seseorang. Penelitian ini menghasilkan bahwa tingkat religiusitas tidak memberikan pengaruh yang positif terhadap kepatuhan pajak

e-commerce, hal tersebut dapat dijelaskan bahwa setiap hubungan antara manusia dengan Tuhan tidak bisa disamakan dengan hubungan manusia dengan negara. Hal yang berbeda ini dapat disimpulkan karena religius itu berasal dari dorongan hati individu sedangkan kepatuhan perpajakan merupakan suatu peraturan yang bersifat memaksa yang berasal dari pemerintah. Jadi tinggi rendahnya religious pengguna e-commerce tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak e-commerce.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyaningrum 2023) yang menyatakan bahwa tingkat religius tidak berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Ambarwati dan Liyana 2019) menyatakan bahwa tingkat *religious* berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak. Perbedaan dapat terjadi karena adanya perbedaan subjek atau objek penelitian sehingga mempengaruhi kualitas responden.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji beberapa variabel yaitu niat membayar pajak, kesadaran membayar pajak, pemahaman tentang pajak, tingkat kepercayaan pada sistem pemerintah, dan tingkat *religious* terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce. Penelitian ini menggunakan responden dengan jumlah 235 pengguna e-commerce baik konsumen ataupun pemilik usaha online. Model analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan kesimpulan sebagai berikut :

1. Niat membayar pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce
2. Kesadaran membayar pajak tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce
3. Pemahaman tentang pajak tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce
4. Tingkat kepercayaan pada sistem pemerintah tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce
5. Tingkat religious pengguna e-commerce tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak pengguna e-commerce

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari keterbatasan dalam penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Penggunaan metode pengumpulan data dengan kuesioner memiliki kelemahan yaitu dapat memungkinkan responden tidak memberikan jawaban kuesioner dengan sungguh-sungguh sehingga tidak memberikan kondisi yang sebenarnya dalam penelitian ini.
2. Keterbatasan yang lain adalah dalam pemilihan sampel, peneliti terlalu luas untuk menjangkau kriteria responden,seharusnya ada spesifikasi agar tidak terlalu luas dalam memilih sampel.
3. Penyebaran kuesioner saja tanpa adanya wawancara langsung dapat menimbulkan keterbatasan karena tidak dapat mendapatkan tambahan infomasi yang diinginkan
4. Keterbatasan pada penelitian yang tidak menunjukkan mana yang termasuk konsumen dan pelaku usaha, sehingga tidak bisa mengukur sejauh mana kepatuhan pajak atas pengenaan pajak e-commerce ini.

5.3 Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan responden yang lebih banyak untuk mengantisipasi jika banyak data kuesioner yang tidak memenuhi kriteria yang membuat data yang dihasilkan kurang mendukung.
2. Pemerintah diharapkan untuk menumbuhkan kembali kepercayaan masyarakat terhadap pentingnya patuh terhadap pajak khususnya bagi para pengguna e-commerce untuk memaksimalkan penerimaan pajak.

3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan teknik pengumpulan selain dengan menggunakan kuesioner, bisa dengan wawancara, observasi atau lainnya yang dapat memberikan informasi lebih untuk mendukung data yang lebih baik.

5.4 Implikasi Penelitian

1. Bagi akademisi

   Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan yang baru dan membantu dalam menambah pengetahuan dan wawasan untuk dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya dan sebagai pengembangan penelitian sebelumnya.

2. Bagi pembuat kebijakan (Pemerintah)

   Diharapkan bagi pembuat kebijakan dalam konteks ini adalah pemerintah untuk dapat merancang strategi kebijakan yang lebih efektif dalam meningkatkan kepatuhan pajak terutama dalam perpajakan e-commerce untuk membentuk lingkungan yang lebih responsif dan mendukung masyarakat dalam memenuhi kewajiban mereka. Memberikan pendekatan yang lebih untuk masyarakat agar dapat memahami pentingnya pajak dalam konteks e-commerce dan kesadaran serta kepercayaan masyarakat terhadap sistem pemerintah.

3. Bagi pengguna E-commerce

   Pengguna e-commerce, baik sebagai konsumen maupun pelaku usaha, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang baik mengenai regulasi perpajakan yang berlaku dalam konteks e-commerce. Selain itu,

diharapkan pula muncul kesadaran untuk secara patuh memenuhi kewajiban perpajakan, dengan tujuan menghindari potensi sanksi dan tindakan hukum yang dapat dikenakan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, D. V., & Astin, I. P. (2019). *Kebijakan pengenaan pajak atas transaksi perdagangan online (e- commerce).* Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi), 2, 220-226.

Ahmad, H., Saputri, S. A., Muslim, M., Lannai, D., & Shaleh, M. (2020). *BUYERS PERCEPTION OF THE IMPACT OF THE LATEST REGULATION ON IMPORTED GOODS TAX VI E-COMMERCE*. Research In Management and Accounting (RIMA), 3(1), 26-33.

Anggini, V., Lidyah, R., & Azwari, P. C. (2021). *Pengaruh pengetahuan dan sanksi terhadap kepatuhan wajib pajak dengan religiusitas sebagai variabel pemoderasi*. Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia, 6(6), 3080.

Anjarsari, D., & Sriwijaya, U. (2019). *Kesadaran wajib pajak.*

Astutik, A. (2020). *PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, TARIF PAJAK, SANKSI PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK DAN MODERNISASI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK E-COMMERCE (STUDI KASUS PADA PENGUSAHA ONLINE SHOP DI LUMAJANG).*

Fauzi, F., Hasnarika, H., Fadila, A. N., & Afriyadi, A. (2024). *PENGARUH PEMAHAMAN WAJIB PAJAK, KESADARAN WAJIB PAJAK DAN PERILAKU WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN PERPAJAKAN E-COMMERCE*. Juremi: Jurnal Riset Ekonomi, 3(4), 357-366.

Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan PLS (Edisi 3)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.

Hama, A. (2021). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Pajak, dan Penyuluhan Perpajakan terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Transaksi E-Commerce*. Ascarya: Journal of Islamic Science, Culture, and Social Studies, 1(2), 173-185.

Hermawan, I. (2021). *Pengaruh Pemutihan Sanksi Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, dan Niat Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Empiris pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Bangli)* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).

Hidayat, K., & Idrus, M. I. (2023). *The Tax Strategy for E-Commerce Companies is based on Developments in Indonesia*. International Journal of Social Science Research and Review, 6(5), 565-572.

Hidayanti, D. (2023). *PENGARUH MODERNISASI SISTEM ADMINISTRASI PERPAJAKAN, KETEGASAN SANKSI PAJAK, DAN KEPERCAYAAN PADA PEMERINTAH TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PELAKU E-COMMERCE DI SHOPEE* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Hikmah, R., & Achmad, K. (2019). *Pengaruh Keadilan Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Kualitas Layanan Fiskus, dan Religiusitas terhadap Kepatuhan Wajib Pajak* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Jamain, T. H. (2019). *ANALISIS KESADARAN WAJIB PAJAK DALAM TRANSAKSI ECOMMERCE (STUDI KASUS WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI (WPOP) YANG MERUPAKAN PELAKU E-COMMERCE DI KOTA DKI JAKARTA*. Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan, 2(2).

Janie, D. N. A. (2012). *Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan SPSS*. Jurnal, April, 52.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2018). *Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce)*. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 1855. Jakarta

Kumala, 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.

Melinda, N. V., Sodik, M., & Hasan, K. (2022, December). *Pengaruh Pemahaman Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce (Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shop di Sidoarjo)*. In Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB) (Vol. 3, No. 1, pp. 1391-1403).

Ningsih, A. S., Maslichah, M., & Mawardi, M. C. (2019). *Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce*. e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi, 8(01).

Nurakhim, M. (2021). *DETERMINASI NIAT PEMBAYARAN PAJAK ATAS TRANSAKSI E-COMMERCE (STUDI PADA WAJIB PAJAK ORANG*

PRIBADI DAN BADAN PELAKU E-COMMERCE DI WILAYAH KABUPATEN TEMANGGUNG). Sumber, 4(84.4), 4.

Oktaviana, I., & Urumsah, D. (2023, January). *Determinan faktor yang mempengaruhi kepatuhan WP pelaku e-commerce pada platform online marketplace*. In Proceeding of National Conference on Accounting & Finance (pp. 1-9).

Patriandari, P., & Safitri, A. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pengguna E-Commerce.* Akrual, 3(1), 15-29.

Pratama, R. A., & Mulyani, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Kota Padang*. Jurnal Eksplorasi Akuntansi, 1(3), 1293-1306.

Pratama, D. N. (2023). *FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPATUHAN PAJAK PADA PELAKU USAHA E-COMMERCE (Studi kasus Pada Pelaku Usaha E-Commerce di Kota Magelang)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia)

Qosidah, N., Aditya, G., Handoko, S., & Haryadi, D. S. (2023). *IMPLEMENTASI THEORY OF PLANNED BEHAVIOR DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA PELAKU USAHA E-COMMERCE.* Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi, 3(1), 110-125.

Rahma, R. A. (2023). *Pengaruh Penerapan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan dan Tingkat Kepercayaan terhadap Kepatuhan Pelaku Bisnis E-Commerce dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam" 45" Bekasi).

Rioni, Y. S., Fachruddin, W., Damanik, D., & Aulia, Y. (2023). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM PENGGUNA E-COMMERCE DI DESA KLAMBIR LIMA KEBUN KEC. HAMPARAN PERAK*. NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 10(6), 3214-3221.

Samsuar, S. (2019). Atribusi. *Network Media*, *2*(1).

Setyaningrum, A. D. (2023). *PENGARUH KEBIJAKAN INSENTIF PAJAK, TARIF PAJAK, KUALITAS PELAYANAN PAJAK, KESADARAN PAJAK DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPATUHAN MEMBAYAR PAJAK PADA UMKM* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

Suhono, S., Rizal, A., Batu, R. L., & Madjid, S. (2023). *Analisis Kesadaran Wajib Pajak dalam Kepatuhan Pembayaran Pajak UMKM Jawa Barat Pada Pengguna Platform E-Commerce.* Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(11), 564-583.

Sudrajat, A. (2020). *Pajak E-Commerce, Pemecahan dan Solusinya.* Jurnal Pajak Vokasi (JUPASI), 2(1), 22-36.

Sumanto,*Op. Cit*., h.`` 53.

Umi Sulistiyanti, S. E. (2022). *Faktor–Faktor Yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce Di Kalimantan Timur.*

Vidyastuti, H. A. (2018). *Analisis Perbandingan mengenai e-Commerce berdasarkan persepsi Online User dan Online Shopper (Survey pada pelanggan e-Commerce di Jawa Barat).*

Wijayanti, D. W., & Sasongko, N. (2017). *Pengaruh pemahaman, sanksi perpajakan, tingkat kepercayaan pada pemerintah dan hukum terhadap kepatuhan dalam membayar wajib pajak (Studi Wajib Pajak pada Masyarakat di Kalurahan Pajang Kecamatan Laweyan Surakarta).*

Yoganingsih, T., & Husadha, C. (2021). *Eksistensi Pajak E-Commerce*. Jurnal Buana Akuntansi, 6(1)

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Hal : Pengisian Kuesioner

Kepada

Yth Saudara/i :

Pengguna e-commerce

Assalamualaikum Wr.Wb,

Saya Dhea Kartika Adilah Mahasiswa Strata 1 Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, yang saat ini sedang melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas akhir (skripsi) dengan judul **" Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna E-commerce Terhadap Kepatuhan Pajak dalam Membayar Pajak E-commerce".**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor faktor yang mempengaruhi terhadap kepatuhan pajak baik untuk wajib pajak atau pengguna e-commerce di berbagai kalangan. Berkaitan dengan hal ini,saya memohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner ini. Semua informasi dari penelitian ini akan digunakan untuk kepentingan peneliti dan akan dijaga kerahasiaannya.

Penelitian ini ditujukan kepada pengguna atau pelaku yang menggunakan platform e-commerce dan aktif menggunakannya. Atas bantuan dan kesediaanya,saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Dhea Kartika Adilah

A. Data Responden

Nama/Inisial	:	
Jenis Kelamin	:	□ Perempuan □ laki-laki
Usia	:	□ ≤ 20 □ 21-30 □ 31-40 □ 41-50 □ lebih dari 50 tahun
Domisili	:	□ Yogyakarta □ diluar Yogyakarta
Pekerjaan	:	□ Pelajar/ Mahasiswa □ Swasta □ ASN □ Wirausaha □ Lainnya
Platform marketplace yang digunakan	:	□ tokopedia □ shopee □ lazada □ tiktokshop
Berapa lama menggunakan marketplace E-commerce	:	□ 6 bulan □ 1 tahun □ 2 tahun □ lebih dari 3 tahun

B. Petunjuk Pengisian

a. Mohon untuk mengisi pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya
b. Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan pilihan sudara

C. Data Penelitian

Keterangan :

STS	Sangat Tidak Setuju
TS	Tidak Setuju
KS	Kurang Setuju
CS	Cukup Setuju
S	Setuju
SS	Sangat Setuju

Kepatuhan Pajak

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Menurut saya,membayar pajak adalah hal penting bagi wajib pajak karena menggunakan fasilitas umum dari pemerintah						
2.	Menurut saya,melakukan pembayaran pajak tepat waktu merupakan prioritas utama sebagai warga negara yang baik						
3.	Saya telah menjalankan hak dan kewajiban sebagai wajib pajak						
4.	Saya mengetahui dan paham bagaimana cara memperoleh NPWP						
5.	Pemeriksaan pajak dapat mempermudah wajib pajak untuk membayar pajak tepat waktu						

Niat membayar pajak E-commerce

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya menyadari akan banyak manfaat yang bisa dirasakan jika memenuhi kewajiban perpajakan						
2.	Dengan membayar pajak,maka saya telah ikut membantu dalam usaha mengurangi tingkat kemiskinan						
3.	Ketika menjadi wajib pajak saya mengalokasikan dana untuk membayar pajak						
4.	Pajak yang saya bayarkan berfungsi untuk pemerataan dan keadilan bagi masyarakat keseluruhan						

5.	Saya berusaha untuk mencari informasi mengenai batas waktu pembayaran pajak						

Kesadaran Membayar Pajak

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	saya melaksanakan kewajiban perpajakan dengan sukarela dan timbul dari kesadaran sendiri						
2.	saya sadar bahwa membayar pajak adalah salah satu bentuk sebagai warga negara yang baik						
3.	saya sadar dengan melakukan pembayaran pajak dan pelaporan pajak tepat waktu tidak akan terkena denda keterlambatan						
4.	saya sadar untuk menyisihkan sebagian penghasilan untuk membayar pajak						
5.	saya menyadari bahwa fasilitas umum yang saya nikmati merupakan manfaat yang dapat saya rasakan dari membayar pajak						

PemahamanPerpajakan

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Pajak berfungsi sebagai sumber penerimaan negara terbesar						
2.	pajak yang disetor sebagi sumber penerimaan negara terbesar						
3.	saya telah mengetahui ketentuan terkait perpajakan yang berlaku						
4.	Pengetahuan pemahaman tentang peraturan pajak e-commerce dapat dengan mudah diperoleh dari media massa seperti sosial media,televisi,media cetak lainnya						
5.	saya paham dengan sistem perpajakan yang digunakan saat ini						

	(menghitung,memperhitungkan,membayar,dan melaporkan sendiri)						

Tingkat Kepercayaan Terhadap Sistem Pemerintah

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya percaya dengan sistem pemerintah tentang perpajakan						
2.	Saya percaya dengan hukum yang ditetapkan dalam perpajakan						
3.	Saya percaya dengan pengalokasian pajak yang digunakan untuk kepentingan rakyat						
4.	Saya percaya dengan politik pemerintah						
5.	Keinginan untuk membayar pajak karena politisi dan wakil rakyat sudah enjalankan fungsi dan wewenang dengan baik						

Tingkat Religious Pengguna E-commerce

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya selalu melaksanakan perintah dan menjauhi larangan ajaran agama yang saya anut						
2.	Kepercayaan saya terhadap agama mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan hidup						
3.	Saya meyakini seseorang yang taat pada perintah agama akan menaati perintah negara juga						
4.	Saya mempertimbangkan pahala dan dosa ketika hendak melakukan perbuatan kecurangan dalam pembayaran pajak						
5.	pajak merupakan kegiatan berbagi dan mendapat nilai kebaikan dalam beragama						

LAMPIRAN 2

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden

Jenis kelamin	frekuensi(jumlah)	persentase (%)
laki-laki	63	27%
perempuan	172	73%
total	235	100%

Sumber : Data Primer diolah (2024)

Karakteristik responden berdasarkan usia responden

Usia	frekuensi(jumlah)	persentase (%)
≤ 20	40	17%
21-30	143	60%
31-40	23	10%
41-50	11	5%
lebih dari 50th	18	8%
total	235	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	frekuensi(jumlah)	persentase (%)
pelajar/mahasiswa	113	48%
Swasta	42	18%
ASN	16	7%
Wirausaha	27	11%
lainnya	37	16%
total	235	100%

Sumber : Data Primer diolah (2024)

Karakteristik berdasarkan marketplace yang digunakan

market place	frekuensi(jumlah)	persentase (%)
tokopedia	79	18%
shopee	203	46%
lazada	48	11%
tiktokshop	108	25%
total	438	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Karakteristik berdasarkan berapa lama waktu menggunakan marketplace

waktu	frekuensi(jumlah)	persentase (%)
6 bulan	156	66%
1 tahun	38	16%
2 tahun	27	11%
lebih dari 3 tahun	14	7%
total	235	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2024

Karakteristik berdasarkan pelaku usaha atau konsumen yang menggunakan e-commerce

Jenis	Frekuensi(jumlah)	Persentase(%)
Konsumen	188	80%
Pelaku usaha	47	20%
Total	235	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2024

LAMPIRAN 3

DATA HASIL JAWABAN RESPONDEN

KEPATUHAN PAJAK					
Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y
6	6	6	6	4	28
5	5	5	6	6	27
5	5	5	5	5	25
6	5	5	6	5	27
6	5	4	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	4	6	6	6	28
6	5	5	3	5	24
5	6	6	4	6	27
6	6	5	5	5	27
5	5	5	5	5	25
4	4	4	6	4	22
5	5	5	5	4	24
6	6	6	6	6	30
4	4	5	5	5	23
6	6	6	6	6	30
4	5	5	6	5	25
6	6	4	4	6	26
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	6	6	5	6	28
6	6	6	6	6	30
5	6	6	4	5	26
4	4	4	6	6	24
5	5	5	4	6	25
6	6	6	5	6	29
4	4	6	6	6	26
5	5	5	5	5	25
6	6	6	5	5	28
5	6	6	5	5	27
6	6	5	5	6	28
5	6	6	4	4	25
6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	6	30
6	5	6	4	4	25
5	5	5	5	5	25

5	5	5	4	5	24
6	6	6	5	6	29
5	5	6	5	6	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	5	6	6	29
6	6	5	5	5	27
6	6	4	4	6	26
5	5	5	5	5	25
5	5	6	5	6	27
5	5	5	5	4	24
6	6	6	5	6	29
6	6	5	4	5	26
5	5	4	6	4	24
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	26
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	6	28
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	5	6	5	26
4	4	6	4	4	22
6	6	5	5	5	27
5	5	4	4	4	22
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	4	6	28
6	6	4	5	6	27
6	4	6	6	6	28
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	6	6	5	5	27
5	4	3	5	5	22
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	5	5	4	5	25

4	4	5	5	4	22
6	6	6	6	6	30
6	5	5	6	5	27
6	6	6	5	6	29
6	5	6	5	4	26
6	6	6	6	6	30
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	6	5	5	26
5	5	6	5	5	26
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	6	26
6	6	5	4	6	27
5	5	5	4	5	24
6	6	6	3	6	27
4	6	6	6	6	28
6	5	5	6	5	27
6	6	6	5	6	29
6	6	6	5	5	28
5	5	5	3	5	23
6	6	6	5	6	29
6	6	6	6	6	30
4	4	5	4	5	22
5	5	5	3	5	23
6	6	5	4	5	26
6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	6	27
5	5	5	5	5	25
5	5	6	2	5	23
5	5	4	4	5	23
4	6	6	6	6	28
6	6	6	4	6	28
6	4	6	6	6	28
6	5	6	6	5	28
6	6	6	6	6	30
5	6	6	5	5	27
6	6	6	6	6	30
5	6	5	6	5	27
5	5	5	6	5	26
5	6	6	6	6	29

5	5	6	6	6	28
6	6	6	5	5	28
6	6	6	4	6	28
6	6	6	4	6	28
5	6	3	5	4	23
5	6	3	5	4	23
5	6	4	5	5	25
6	6	6	5	6	29
6	5	6	6	6	29
6	5	6	5	6	28
6	5	6	5	6	28
5	5	5	5	5	25
6	6	6	5	5	28
4	6	6	5	6	27
5	6	6	3	6	26
6	6	6	6	6	30
6	4	4	6	6	26
6	6	6	6	4	28
6	6	5	4	6	27
6	6	5	5	6	28
5	5	5	5	5	25
6	6	5	3	4	24
6	6	6	6	4	28
6	6	6	6	4	28
5	4	6	4	5	24
6	6	6	5	4	27
5	5	5	4	5	24
5	5	6	6	4	26
5	6	6	6	6	29
6	6	3	6	6	27
6	6	6	3	6	27
6	5	6	6	6	29
6	6	4	6	6	28
6	6	6	3	6	27
5	5	5	4	5	24
4	4	6	5	6	25
6	6	6	4	6	28
3	4	6	6	6	25
5	6	4	6	6	27
6	6	6	4	6	28
6	5	5	6	6	28

6	6	6	4	6	28
5	5	5	5	5	25
5	5	6	6	6	28
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
2	5	5	6	5	23
4	4	4	5	5	22
6	6	4	4	6	26
6	5	5	6	6	28
6	6	6	3	6	27
5	6	4	5	5	25
6	4	6	5	6	27
6	4	6	5	6	27
6	6	4	4	6	26
5	6	5	5	3	24
5	6	4	5	5	25
5	6	4	5	5	25
6	5	4	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
5	5	5	5	6	26
4	4	6	5	4	23
4	5	5	5	5	24
6	4	4	6	6	26
6	6	6	4	4	26
5	5	5	6	5	26
6	6	6	5	6	29
6	6	6	6	6	30
5	6	6	4	4	25
6	6	4	4	6	26
4	4	4	6	6	24
6	6	4	4	4	24
6	6	5	3	4	24
6	6	6	6	6	30
5	5	5	4	5	24
5	6	3	5	6	25
6	4	6	4	4	24
6	6	6	4	6	28
5	5	5	3	5	23
6	4	6	4	4	24
6	6	5	5	6	28

5	4	5	4	5	23
6	6	6	6	6	30
4	6	6	4	5	25
6	5	5	5	5	26
6	6	5	5	4	26
6	4	6	5	4	25
5	5	5	2	5	22
6	6	6	6	6	30
4	4	3	6	5	22
6	6	6	6	6	30
4	5	4	6	5	24
5	5	5	4	5	24
5	5	4	5	4	23
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
3	6	6	2	4	21
5	5	4	4	5	23
6	6	5	4	6	27
5	5	5	5	6	26
4	4	5	5	6	24
3	3	3	3	3	15
6	6	6	5	6	29
6	6	6	6	6	30
4	3	6	6	5	24
5	5	5	5	5	25
6	6	5	5	5	27
6	6	6	4	6	28
5	6	6	6	6	29
6	6	4	4	6	26
6	6	4	4	6	26
6	4	4	6	6	26
6	6	6	4	5	27
6	6	6	5	4	27
4	5	5	5	5	24
6	6	5	5	5	27

Niat membayar pajak e-commerce					
X11	X12	X13	X14	X15	X1
6	3	6	6	6	27
5	5	5	5	5	25
4	4	4	6	4	22
4	5	4	5	5	23
6	6	5	6	5	28
5	5	6	6	6	28
6	6	5	6	4	27
5	5	5	5	5	25
5	6	5	6	5	27
6	5	5	5	5	26
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
6	6	6	4	6	28
4	5	4	5	4	22
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	4	28
6	6	5	5	4	26
5	5	5	5	5	25
5	6	6	6	6	29
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	6	30
4	3	5	6	6	24
4	6	5	4	4	23
6	6	5	5	5	27
6	6	6	5	5	28
4	3	6	6	5	24
5	5	5	5	5	25
5	6	5	6	5	27
6	6	5	6	5	28
6	5	5	5	5	26
6	6	6	3	4	25
6	6	5	6	5	28
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	5	27
6	6	5	5	5	27
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	4	5	5	6	25

6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	5	5	28
6	6	6	6	6	30
6	6	6	5	4	27
5	5	6	6	5	27
4	5	5	5	6	25
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	4	4	6	6	25
4	5	5	5	5	24
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	4	28
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	6	27
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	4	28
5	6	5	6	5	27
4	3	6	4	4	21
6	5	5	5	5	26
4	5	5	5	4	23
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
4	4	5	4	4	21
6	6	6	6	6	30
6	2	6	6	2	22
5	5	5	5	5	25
5	5	6	6	5	27
4	3	6	3	4	20
6	6	6	6	4	28
5	5	6	6	6	28
4	5	5	5	5	24
4	5	4	4	4	21
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	5	29

6	6	6	6	6	30
5	6	5	6	5	27
6	6	6	6	6	30
4	4	4	4	4	20
4	3	5	3	5	20
5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	26
6	6	6	6	6	30
4	4	5	5	5	23
5	3	5	6	5	24
5	6	6	6	6	29
5	5	4	5	5	24
6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	5	29
6	6	6	5	5	28
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
6	5	6	6	4	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	4	4	4	22
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
6	6	6	6	5	29
4	5	6	5	4	24
6	6	6	6	6	30
5	5	6	6	5	27
6	6	6	6	6	30
5	6	5	5	5	26
6	6	6	6	6	30
5	6	5	5	5	26
5	6	4	6	5	26
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	5	5	5	27
6	6	4	6	6	28

6	6	6	6	6	30
5	4	5	6	5	25
6	4	5	5	5	25
4	6	5	5	5	25
5	5	6	6	5	27
5	6	6	6	6	29
5	6	6	6	6	29
6	5	6	6	5	28
5	5	5	3	4	22
6	6	6	6	6	30
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
3	5	4	5	6	23
6	6	6	5	5	28
6	5	5	5	5	26
6	5	6	6	5	28
6	5	5	6	6	28
5	5	5	5	4	24
4	5	4	6	6	25
5	6	5	5	6	27
6	6	6	6	6	30
5	4	5	6	5	25
6	6	5	6	6	29
5	5	4	5	5	24
6	6	4	6	6	28
4	6	3	6	4	23
4	6	4	3	5	22
6	6	4	6	6	28
4	4	6	4	4	22
4	4	6	4	4	22
6	6	5	5	6	28
6	5	5	5	4	25
3	5	4	4	4	20
6	6	6	4	6	28
3	6	3	6	6	24
4	5	4	4	5	22
6	6	6	6	4	28
5	6	5	5	6	27
6	6	6	4	6	28
4	5	5	5	5	24
3	4	6	6	6	25

5	6	6	4	5	26
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	22
5	5	5	6	4	25
6	6	6	6	4	28
5	6	6	6	5	28
5	6	6	6	6	29
5	4	6	6	5	26
6	6	6	6	4	28
6	6	6	6	4	28
6	6	6	6	6	30
5	6	4	5	5	25
5	6	3	5	4	23
5	4	6	5	5	25
6	5	6	5	5	27
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22
6	6	6	4	6	28
6	6	6	4	4	26
5	5	5	4	5	24
6	6	6	4	6	28
6	5	6	5	5	27
5	6	5	5	5	26
6	6	6	6	5	29
6	2	5	6	6	25
1	6	6	6	6	25
6	6	2	6	5	25
6	2	6	5	6	25
6	6	6	6	2	26
5	6	6	5	6	28
6	6	6	5	6	29
5	5	5	5	5	25
5	6	5	5	6	27
6	5	6	5	5	27
6	6	5	6	6	29
4	5	5	5	4	23
6	6	5	3	6	26
5	6	6	3	5	25
4	4	5	5	5	23
6	6	6	4	6	28
6	6	6	4	5	27

6	5	5	5	5	26
6	6	5	5	5	27
6	6	6	4	5	27
6	5	5	5	6	27
6	6	6	5	5	28
4	6	6	6	5	27
6	4	4	6	6	26
4	5	5	4	6	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
6	6	4	4	6	26
6	3	6	4	6	25
6	5	6	4	4	25
5	4	6	6	6	27
5	4	4	6	6	25
6	6	4	6	4	26
6	4	4	4	6	24
4	6	4	6	6	26
6	6	5	4	4	25
6	6	6	5	4	27
4	5	6	6	5	26
5	6	5	5	5	26
6	6	6	5	5	28
6	6	6	5	5	28
4	4	5	6	6	25
6	6	6	5	5	28
6	6	5	4	6	27
6	6	4	6	4	26
6	6	4	4	4	24
4	6	3	6	6	25
5	5	6	5	6	27
6	6	6	5	5	28

kesadaran membayar pajak e-commerce					
X21	X22	X23	X24	X25	X2
4	6	5	5	5	25
5	5	5	6	6	27
3	5	5	6	6	25
5	5	5	5	5	25
5	6	5	5	6	27

6	5	5	5	6	27
6	6	5	5	5	27
5	6	6	6	5	28
4	5	6	6	6	27
5	4	6	6	6	27
5	5	5	5	5	25
6	4	6	6	4	26
5	5	5	5	5	25
6	5	4	6	6	27
4	5	5	6	6	26
6	4	6	4	6	26
5	5	5	6	6	27
5	6	5	5	4	25
5	5	5	5	5	25
6	4	4	6	6	26
5	6	5	5	5	26
6	6	4	4	6	26
6	6	5	6	5	28
4	6	6	6	6	28
4	5	5	5	6	25
6	6	5	5	6	28
5	5	4	5	6	25
5	5	6	5	5	26
5	6	6	5	6	28
5	6	6	5	5	27
6	5	6	5	6	28
6	5	4	6	6	27
6	6	6	5	6	29
6	6	5	5	4	26
5	4	5	5	5	24
5	6	6	5	6	28
5	5	5	6	6	27
6	6	6	5	5	28
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	5	29
5	5	5	5	5	25
5	6	6	5	5	27
6	6	6	6	5	29
6	6	6	4	5	27
5	6	6	5	6	28
4	5	5	3	5	22

5	6	6	5	5	27
6	5	5	4	3	23
5	5	5	5	4	24
5	6	6	6	6	29
5	6	6	4	6	27
5	5	5	4	5	24
6	6	6	4	6	28
5	6	6	4	6	27
5	5	5	5	5	25
5	5	6	5	5	26
6	6	6	4	6	28
5	5	5	6	6	27
6	6	6	4	6	28
5	5	5	5	5	25
6	6	4	6	6	28
6	6	5	5	5	27
5	5	4	4	4	22
5	6	5	5	5	26
4	5	4	5	5	23
6	6	4	6	6	28
6	4	6	6	6	28
6	4	6	6	6	28
5	6	6	6	4	27
4	6	6	6	6	28
5	5	6	5	5	26
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	6	6	6	6	28
6	5	4	5	5	25
5	5	4	5	6	25
5	5	5	5	5	25
4	6	4	6	4	24
6	6	4	6	6	28
6	6	5	5	5	27
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	5	29
4	4	4	6	6	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24

6	6	6	4	4	26
5	5	5	5	5	25
6	5	6	5	5	27
6	6	6	4	4	26
5	5	5	5	5	25
6	6	6	4	5	27
6	6	6	4	4	26
6	6	6	4	5	27
6	6	6	4	6	28
4	4	4	5	5	22
4	5	6	6	4	25
6	5	5	5	6	27
6	6	5	5	6	28
6	6	5	5	4	26
4	4	6	6	4	24
5	5	5	5	5	25
6	5	5	6	6	28
5	5	6	5	5	26
6	6	5	6	5	28
6	5	6	5	6	28
4	5	6	6	5	26
5	5	5	5	5	25
6	6	4	4	4	24
6	4	4	4	6	24
6	5	5	5	6	27
6	6	6	6	6	30
6	6	5	6	6	29
6	6	6	6	6	30
6	5	5	6	5	27
5	5	3	4	4	21
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	4	24
5	6	6	5	5	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	4	5	5	5	24
5	6	4	5	5	25
4	6	3	5	4	22
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	6	26
6	4	6	4	6	26

6	5	6	5	6	28
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
4	6	3	6	6	25
5	5	5	6	6	27
6	6	5	5	5	27
6	5	6	5	6	28
5	6	5	6	3	25
6	6	6	5	6	29
5	5	6	6	6	28
4	5	6	6	6	27
4	5	6	6	4	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	4	5	5	5	24
6	6	6	6	5	29
5	5	5	4	4	23
4	4	3	6	6	23
4	6	6	6	3	25
6	4	6	6	6	28
6	6	6	6	6	30
4	4	4	4	4	20
5	4	3	3	5	20
6	6	5	6	6	29
5	5	6	4	5	25
4	6	4	6	6	26
6	6	6	6	6	30
6	6	6	5	4	27
4	5	5	5	5	24
6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	6	27
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	5	5	4	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	6	5	5	25
4	4	4	4	4	20
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30

5	6	4	5	6	26
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	5	6	29
5	5	4	6	5	25
5	6	4	5	5	25
5	6	3	5	4	23
5	5	6	5	5	26
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	5	22
6	6	6	6	6	30
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	6	6	6	6	29
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	3	27
6	6	6	6	3	27
6	6	6	6	3	27
6	6	6	3	6	27
6	6	6	6	3	27
6	6	5	6	6	29
6	6	6	3	6	27
5	5	6	5	5	26
4	5	6	5	6	26
6	3	6	6	6	27
3	6	6	6	6	27
5	5	5	5	3	23
6	3	6	6	3	24
5	6	6	5	3	25
4	5	5	3	5	22
6	6	6	3	3	24
6	5	6	3	6	26
5	5	5	5	5	25
5	3	6	5	6	25
6	6	3	3	6	24
5	5	5	5	6	26
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	5	29
6	3	3	6	6	24

5	4	5	5	5	24
5	6	6	5	6	28
5	5	5	5	5	25
3	3	6	6	6	24
6	6	6	4	4	26
5	6	6	5	4	26
5	5	4	5	5	24
4	5	6	4	6	25
6	6	4	6	4	26
6	6	6	6	4	28
4	4	6	6	6	26
6	6	4	4	6	26
6	6	5	6	6	29
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
6	5	4	5	4	24
6	5	6	5	5	27
5	6	6	3	6	26
6	5	5	5	6	27
5	5	6	6	6	28
6	5	6	5	6	28
6	5	5	5	5	26
5	5	6	4	5	25
5	5	6	6	6	28
6	6	5	5	6	28

Pemahaman perpajakan e-commerce					
X31	X32	X33	X34	X35	X3
6	6	5	5	3	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	4	23
5	5	5	6	6	27
4	6	6	6	6	28
5	5	6	6	4	26
4	5	4	6	6	25
4	4	6	5	6	25
5	5	5	6	6	27
6	6	4	4	4	24

5	5	5	5	6	26
6	6	6	4	4	26
6	4	5	6	4	25
6	6	6	6	6	30
6	6	4	5	5	26
5	6	4	6	5	26
5	5	5	5	5	25
6	6	5	6	6	29
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	6	30
5	6	5	4	5	25
6	4	4	4	4	22
4	4	5	5	4	22
5	5	5	6	4	25
5	6	4	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	5	6	6	29
5	4	5	5	6	25
6	5	5	5	5	26
6	6	6	3	6	27
6	6	5	6	5	28
4	4	4	6	6	24
5	4	5	6	5	25
5	6	5	5	5	26
5	6	5	5	5	26
6	6	6	5	4	27
6	6	5	5	5	27
6	6	5	6	6	29
5	5	5	5	5	25
5	5	5	6	6	27
6	6	6	5	6	29
5	4	4	2	5	20
6	6	5	6	5	28
5	5	5	5	5	25
6	5	5	6	5	27
6	6	4	6	5	27
6	5	5	6	4	26
6	6	6	6	6	30
5	5	5	3	4	22
5	4	5	5	5	24
5	5	6	6	6	28

6	6	5	6	5	28
5	5	4	5	5	24
6	6	4	6	4	26
5	5	5	5	5	25
6	5	6	5	6	28
6	6	6	5	5	28
5	5	4	5	5	24
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	5	27
4	4	3	3	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
6	6	6	4	4	26
6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	5	29
4	4	6	6	6	26
6	6	6	6	6	30
2	6	5	6	5	24
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	6	6	6	27
5	5	4	6	5	25
6	6	6	5	5	28
5	4	5	5	5	24
5	4	4	5	4	22
6	6	3	6	6	27
5	5	5	5	5	25
6	6	6	5	5	28
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	4	24
5	4	4	5	3	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	5	27
5	5	5	6	5	26
6	6	6	6	6	30
4	4	5	5	5	23
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	6	30

6	5	6	2	4	23
6	6	5	6	5	28
4	4	4	4	4	20
5	5	4	3	3	20
5	4	5	6	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	5	6	5	28
4	5	5	4	5	23
5	5	5	4	4	23
6	6	6	6	6	30
5	6	5	6	5	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	4	5	4	23
6	6	6	6	6	30
6	5	4	5	4	24
1	1	6	6	6	20
6	5	5	6	5	27
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	6	5	5	26
4	4	5	5	4	22
6	6	6	4	5	27
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
3	6	5	5	5	24
5	3	6	4	5	23
5	5	6	4	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	6	6	27
6	4	4	6	6	26
5	6	5	5	6	27
5	5	5	6	6	27
6	6	6	6	6	30
4	3	4	3	4	18
3	1	3	1	4	12
5	4	3	3	4	19
6	6	6	5	5	28

6	6	5	5	6	28
6	6	4	6	6	28
6	6	5	6	6	29
5	5	5	4	4	23
4	5	4	5	4	22
6	6	5	6	4	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	4	4	26
6	5	5	5	5	26
6	6	5	4	5	26
4	6	3	6	6	25
4	5	5	4	6	24
4	4	4	6	5	23
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
4	5	3	4	4	20
5	6	5	6	6	28
6	5	5	5	5	26
4	5	5	5	5	24
6	6	6	6	6	30
3	4	4	3	4	18
4	4	4	5	4	21
6	6	6	6	6	30
5	6	6	5	5	27
6	6	6	6	6	30
5	5	5	3	2	20
5	4	5	4	6	24
4	5	6	6	6	27
5	5	5	5	5	25
3	3	4	5	3	18
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	6	4	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	5	6	6	6	29
6	6	6	6	6	30
5	6	6	4	5	26
5	6	4	5	5	25
5	5	5	5	5	25

6	6	3	4	2	21
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
6	6	6	6	6	30
6	5	5	6	6	28
5	5	4	4	4	22
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	5	5	6	5	27
6	6	6	6	6	30
6	5	6	6	6	29
5	5	6	6	5	27
6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	4	4	26
6	6	6	6	6	30
6	5	5	6	6	28
6	6	5	5	5	27
6	6	6	2	4	24
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	4	24
6	6	6	6	6	30
5	6	6	6	6	29
6	4	3	5	2	20
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	4	26
6	5	5	6	4	26
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
4	4	4	5	5	22
6	6	6	6	6	30
5	6	4	4	4	23
6	6	6	6	6	30
6	6	2	5	2	21
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
3	3	5	6	3	20
5	5	5	4	5	24

4	4	4	4	4	20
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	3	3	3	21
4	4	5	6	5	24
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	3	3	20
6	6	4	6	4	26
6	4	3	5	4	22
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	4	5	6	5	25
5	4	6	6	5	26
4	5	6	4	5	24
5	6	6	5	5	27

Tingkat Kepercayaan wajib pajak pada sistem pemerintahan					
X41	X42	X43	X44	X45	X4
3	5	6	6	5	25
6	6	6	6	5	29
6	6	6	5	5	28
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
6	6	6	5	5	28
4	6	4	5	6	25
5	5	5	5	5	25
6	4	5	5	4	24
5	5	6	5	5	26
5	5	6	5	5	26
4	6	6	5	3	24
4	5	4	6	6	25
5	5	4	3	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
6	5	5	5	5	26
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	5	27

4	4	4	5	3	20
5	5	4	4	4	22
3	5	3	3	3	17
6	6	6	6	6	30
6	6	6	3	4	25
4	4	4	3	4	19
4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	3	5	6	22
6	6	6	6	6	30
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
6	6	6	6	6	30
6	5	6	5	5	27
6	6	6	6	6	30
4	5	5	4	4	22
6	6	6	6	6	30
4	6	4	6	5	25
5	5	5	5	5	25
6	5	3	6	3	23
5	6	6	5	5	27
6	6	6	6	6	30
5	4	4	4	5	22
6	6	6	6	5	29
5	4	6	5	6	26
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	6	4	5	5	25
5	5	3	6	4	23
5	5	5	5	5	25
4	5	3	5	4	21
6	5	5	5	5	26
4	4	5	5	4	22
6	6	6	6	6	30
5	6	4	6	5	26
6	5	6	5	5	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	5	29
6	6	6	4	6	28

5	6	6	5	6	28
5	5	5	6	6	27
6	6	6	5	5	28
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	4	6	5	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	5	6	29
5	5	3	5	4	22
6	6	5	6	5	28
6	6	6	6	6	30
5	5	3	3	3	19
6	6	6	6	6	30
6	6	5	6	6	29
5	5	2	5	4	21
6	6	6	6	6	30
6	6	5	6	4	27
6	6	6	5	5	28
5	6	6	6	6	29
5	6	6	6	6	29
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	5	26
6	6	6	6	6	30
5	6	2	5	2	20
5	5	4	5	5	24
4	5	3	5	5	22
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	5	29
6	6	5	6	5	28
5	6	6	6	4	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
3	3	6	4	6	22
6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	26
5	5	5	4	4	23
5	5	5	6	5	26

5	5	4	4	5	23
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	5	6	5	28
6	5	6	6	6	29
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	5	5	5	27
6	6	5	6	6	29
5	5	5	5	5	25
5	5	5	6	6	27
6	6	6	5	6	29
5	4	4	2	5	20
6	6	5	6	5	28
5	5	5	5	5	25
6	5	5	6	5	27
6	6	4	6	5	27
6	5	5	6	4	26
6	6	6	6	6	30
5	5	5	3	4	22
5	4	5	5	5	24
5	5	6	6	6	28
6	6	5	6	5	28
5	5	4	5	5	24
6	6	4	6	4	26
5	5	5	5	5	25
6	5	6	5	6	28
6	6	6	5	5	28
5	5	4	5	5	24
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	5	27
4	4	3	3	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
6	6	6	4	4	26
6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	5	29
4	4	6	6	6	26
6	6	6	6	6	30
2	6	5	6	5	24

4	5	5	3	3	20
5	5	5	4	5	24
3	4	4	6	6	23
6	6	6	5	3	26
6	2	6	6	6	26
4	4	6	6	3	23
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
4	3	5	4	4	20
6	3	6	3	6	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
6	6	6	6	6	30
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
6	6	5	5	6	28
6	6	5	6	5	28
6	6	6	6	6	30
4	4	3	3	2	16
6	5	6	2	2	21
6	6	6	3	3	24
5	5	5	5	5	25
4	4	3	3	5	19
4	4	4	3	4	19
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	5	27
3	5	3	3	3	17
4	5	6	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	4	4	4	22
5	4	4	4	4	21
5	5	4	6	5	25
5	4	6	5	5	25
4	6	5	5	5	25
4	5	3	3	4	19
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	5	22
6	6	5	3	6	26
4	4	4	3	6	21
5	4	3	2	4	18
6	6	6	6	6	30

6	6	6	6	6	30
5	6	5	6	5	27
5	6	5	5	5	26
6	6	6	5	5	28
5	6	5	5	6	27
6	6	5	6	6	29
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	5	4	3	22
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	6	4	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	5	6	6	6	29
6	6	6	6	6	30
5	6	6	4	5	26
5	6	4	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	3	4	2	21
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
6	6	6	6	6	30
6	5	5	6	6	28
5	5	4	4	4	22
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	5	5	6	5	27
6	6	6	6	6	30
6	5	6	6	6	29
5	5	6	6	5	27
6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	4	4	26
6	6	6	6	6	30
6	5	5	6	6	28
6	6	5	5	5	27
6	6	6	2	4	24
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	4	24
6	6	6	6	6	30

5	6	6	6	6	29
6	4	3	5	2	20
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	4	26
6	5	5	6	4	26
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
4	4	4	5	5	22
6	6	6	6	6	30

Tingkat *religious* pengguna e-commerce					
X51	X52	X53	X54	X55	X5
4	6	6	6	3	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	6	30
4	4	5	6	6	25
6	5	5	5	5	26
6	6	5	5	5	27
6	6	6	5	5	28
6	6	5	5	5	27
6	6	2	5	6	25
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	6	6	6	6	29
5	6	5	4	4	24
4	6	5	5	4	24
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	6	30
6	5	6	5	5	27
6	6	6	6	6	30
4	5	6	6	6	27
4	3	4	4	4	19
4	5	4	5	5	23
6	6	6	6	6	30
4	4	4	4	6	22

5	5	4	5	5	24
6	6	5	6	6	29
6	6	5	5	5	27
6	5	5	6	5	27
6	6	3	6	6	27
6	6	4	5	5	26
6	6	6	6	6	30
2	5	5	5	4	21
6	6	6	5	6	29
5	5	5	5	5	25
6	6	5	5	5	27
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	6	30
5	6	3	5	6	25
6	6	6	6	5	29
6	6	5	5	5	27
5	6	5	6	5	27
4	6	6	3	4	23
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
4	5	4	6	5	24
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	6	5	5	5	26
6	6	6	6	5	29
5	4	4	4	6	23
5	6	6	6	6	29
6	5	5	5	5	26
6	6	6	6	6	30
5	6	5	5	5	26
6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	5	26
5	5	5	4	4	23
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30

3	4	4	4	6	21
5	6	6	6	6	29
5	5	6	6	6	28
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	6	30
4	4	4	4	4	20
4	6	6	6	6	28
6	6	6	6	6	30
5	5	5	4	5	24
5	4	3	4	4	20
6	6	6	6	6	30
5	6	6	6	5	28
6	6	6	6	6	30
5	4	5	5	5	24
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	4	24
5	5	3	5	5	23
5	5	5	6	5	26
5	5	5	6	5	26
6	6	6	6	6	30
4	4	4	4	5	21
6	6	4	4	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	6	6	6	6	29
6	6	6	6	6	30
4	4	4	4	4	20
5	5	3	5	5	23
6	6	5	6	5	28
6	6	6	6	6	30
5	6	4	4	4	23
5	5	4	4	5	23
5	5	4	5	5	24
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	5	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30

6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	5	5	4	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	6	28
6	6	6	6	6	30
5	6	5	5	5	26
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	6	5	6	5	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
4	6	5	5	5	25
5	6	4	5	5	25
4	6	3	5	4	22
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	6	5	4	4	24
6	5	6	6	5	28
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
4	4	4	4	3	19
5	5	4	6	6	26
3	4	3	4	3	17
5	5	5	5	5	25
6	5	6	5	6	28
6	6	6	6	6	30
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	6	4	5	3	23
5	6	6	4	6	27
6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	5	26
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	5	27
4	4	4	5	3	20
5	5	4	4	4	22
3	5	3	3	3	17
6	6	6	6	6	30
6	6	6	3	4	25

4	4	4	3	4	19
4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	3	5	6	22
6	6	6	6	6	30
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
6	6	6	6	6	30
6	5	6	5	5	27
6	6	6	6	6	30
4	5	5	4	4	22
6	6	6	6	6	30
4	6	4	6	5	25
5	5	5	5	5	25
6	5	3	6	3	23
5	6	6	5	5	27
6	6	6	6	6	30
5	4	4	4	5	22
6	6	6	6	5	29
5	4	6	5	6	26
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	6	4	5	5	25
5	5	3	6	4	23
5	5	5	5	5	25
4	5	3	5	4	21
6	5	5	5	5	26
4	4	5	5	4	22
6	6	6	6	6	30
5	6	4	6	5	26
6	5	6	5	5	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	5	29
6	6	6	4	6	28
5	6	6	5	6	28
5	5	5	6	6	27
6	6	6	5	5	28
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30

6	6	4	6	5	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	5	6	29
5	5	3	5	4	22
6	6	5	6	5	28
6	6	6	6	6	30
5	5	3	3	3	19
6	6	6	6	6	30
6	6	5	6	6	29
5	5	2	5	4	21
6	6	6	6	6	30
6	6	5	6	4	27
6	6	6	5	5	28
5	6	6	6	6	29
5	6	6	6	6	29
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	5	26
6	6	6	6	6	30
5	6	2	5	2	20
5	5	4	5	5	24
4	5	3	5	5	22
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	5	29
6	6	5	6	5	28
5	6	6	6	4	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
3	3	6	4	6	22
6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	26
5	5	5	4	4	23
5	5	5	6	5	26
5	5	4	4	5	23
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	5	6	5	28

6	5	6	6	6	29
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25

LAMPIRAN

HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	235	15.00	30.00	26.4596	2.43757
X1	235	20.00	30.00	26.2340	2.46699
X2	235	20.00	30.00	26.3617	2.13463
X3	235	12.00	30.00	26.0043	3.25616
X4	235	16.00	30.00	26.0936	3.51063
X5	235	17.00	30.00	26.6255	3.23908
Valid N (listwise)	235				

LAMPIRAN

HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

1. Validitas

Correlations

		Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y
Y11	Pearson Correlation	1	.730**	.546**	.413**	.647**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
Y12	Pearson Correlation	.730**	1	.618**	.389**	.709**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
Y13	Pearson Correlation	.546**	.618**	1	.392**	.655**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
Y14	Pearson Correlation	.413**	.389**	.392**	1	.487**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
Y15	Pearson Correlation	.647**	.709**	.655**	.487**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	235	235	235	235	235	235
Y	Pearson Correlation	.814**	.842**	.796**	.701**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	235	235	235	235	235	235

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

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X1
X11	Pearson Correlation	1	.684**	.664**	.662**	.605**	.853**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X12	Pearson Correlation	.684**	1	.595**	.666**	.607**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X13	Pearson Correlation	.664**	.595**	1	.700**	.642**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235

X14	Pearson Correlation	.662**	.666**	.700**	1	.650**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X15	Pearson Correlation	.605**	.607**	.642**	.650**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	235	235	235	235	235	235
X1	Pearson Correlation	.853**	.848**	.844**	.869**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	235	235	235	235	235	235
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Correlations

		X21	X22	X23	X24	X25	X2
X21	Pearson Correlation	1	.730**	.641**	.757**	.698**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X22	Pearson Correlation	.730**	1	.707**	.749**	.711**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X23	Pearson Correlation	.641**	.707**	1	.662**	.716**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X24	Pearson Correlation	.757**	.749**	.662**	1	.722**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X25	Pearson Correlation	.698**	.711**	.716**	.722**	1	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	235	235	235	235	235	235
X2	Pearson Correlation	.869**	.886**	.857**	.886**	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	235	235	235	235	235	235

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

Correlations

		X31	X32	X33	X34	X35	X3
X31	Pearson Correlation	1	.669**	.332**	.280**	.228**	.677**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X32	Pearson Correlation	.669**	1	.383**	.333**	.330**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X33	Pearson Correlation	.332**	.383**	1	.388**	.589**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X34	Pearson Correlation	.280**	.333**	.388**	1	.579**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X35	Pearson Correlation	.228**	.330**	.589**	.579**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	235	235	235	235	235	235
X3	Pearson Correlation	.677**	.738**	.737**	.724**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	235	235	235	235	235	235

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

Correlations							
		X41	X42	X43	X44	X45	X4
X41	Pearson Correlation	1	.570**	.536**	.435**	.380**	.742**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X42	Pearson Correlation	.570**	1	.447**	.479**	.352**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X43	Pearson Correlation	.536**	.447**	1	.464**	.578**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X44	Pearson Correlation	.435**	.479**	.464**	1	.592**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X45	Pearson Correlation	.380**	.352**	.578**	.592**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	235	235	235	235	235	235

X4	Pearson Correlation	.742**	.718**	.799**	.790**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	235	235	235	235	235	235
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Correlations

		X51	X52	X53	X54	X55	X5
X51	Pearson Correlation	1	.641**	.515**	.533**	.514**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X52	Pearson Correlation	.641**	1	.491**	.567**	.404**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X53	Pearson Correlation	.515**	.491**	1	.528**	.614**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X54	Pearson Correlation	.533**	.567**	.528**	1	.594**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	235	235	235	235	235	235
X55	Pearson Correlation	.514**	.404**	.614**	.594**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	235	235	235	235	235	235
X5	Pearson Correlation	.796**	.758**	.817**	.803**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	235	235	235	235	235	235
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

1) Kepatuhan pajak

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	5

2) Niat membayar pajak

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	5

3) Kesadaran membayar pajak

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	5

4) Pemahaman tentang perpajakan e-commerce

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	5

5) Tingkat kepercayaan terhadap sistem pemerintah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	5

6) Tingkat religious pengguna e-commerce

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	5

LAMPIRAN 6

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		235
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.03922771
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.044
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.816	1.963		5.509	.000		
	X1	.382	.073	.386	5.226	.000	.560	1.787
	X2	.036	.076	.032	.479	.632	.694	1.442
	X3	.080	.055	.106	1.458	.146	.575	1.740
	X4	.016	.040	.023	.394	.694	.930	1.076
	X5	.082	.056	.110	1.469	.143	.550	1.819

a. Dependent Variable: Y

UJI HETEROKEDASTISITAS

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.866	1.200		4.054	.000
	X1	-.056	.045	-.108	-1.249	.213
	X2	-.056	.046	-.095	-1.212	.227
	X3	-.010	.033	-.024	-.285	.776
	X4	-.013	.024	-.037	-.543	.588
	X5	.010	.034	.025	.288	.774

a. Dependent Variable: ABSRES

LAMPIRAN

UJI ASUMSI KLASIK

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548[a]	.300	.285	2.06137

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	417.289	5	83.458	19.641	.000[b]
	Residual	973.077	229	4.249		
	Total	1390.366	234			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X3, X1

Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.816	1.963		5.509	.000		
	X1	.382	.073	.386	5.226	.000	.560	1.787
	X2	.036	.076	.032	.479	.632	.694	1.442
	X3	.080	.055	.106	1.458	.146	.575	1.740
	X4	.016	.040	.023	.394	.694	.930	1.076
	X5	.082	.056	.110	1.469	.143	.550	1.819

a. Dependent Variable: Y

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.816	1.963		5.509	.000		
	X1	.382	.073	.386	5.226	.000	.560	1.787
	X2	.036	.076	.032	.479	.632	.694	1.442
	X3	.080	.055	.106	1.458	.146	.575	1.740
	X4	.016	.040	.023	.394	.694	.930	1.076
	X5	.082	.056	.110	1.469	.143	.550	1.819

b. Dependent Variab