

PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN KESADARAN
WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK
PEMILIK USAHA DI KECAMATAN MARISA

Oleh

MUHAMAD AZHAR BADIU
E1119153

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana



PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
GORONTALO
2021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN KESADARAN
WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK
PEMILIK USAHA DI KECAMATAN MARISA**

Oleh

**MUHAMAD AZHAR BADIU
E1119153**

SKRIPSI

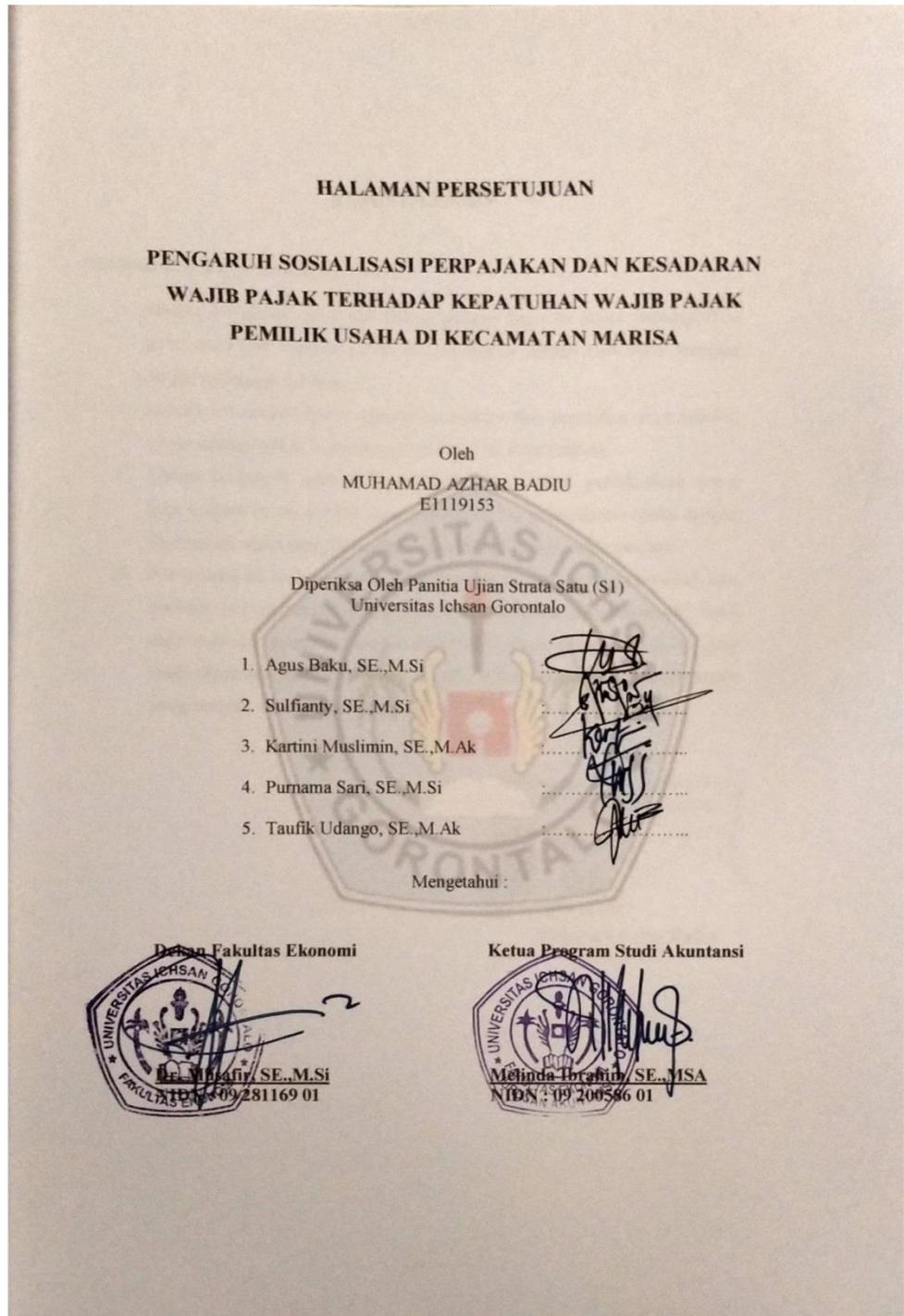
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh
Gelar Sarjana dan Telah Disetujui Oleh Tim Pembimbing
Pada Tanggal Gorontalo, 05 November 2021

PEMBIMBING I


Purnama Sari, SE., M.Si
NIDN : 09 120788 02

PEMBIMBING II


Taufik Udango, SE., M.Ak
NIDN : 09 280888 05



Scanned by TapScanner

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang telah di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan secara acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Gorontalo, 23 November 2021
Yang Membuat Pernyataan


Muhamad Azhar Badiu
E1119153

ABSTRACT

MUHAMMAD AZHAR BADIU. E1119153. THE EFFECT OF TAX SOCIALIZATION AND TAXPAYER AWARENESS ON THE TAXPAYER COMPLIANCE BUSINESS OWNER IN THE DISTRICT MARISA.

The urgency of taxpayer compliance is inseparable from development in all sectors because it contributes directly to the state. Taxpayer compliance occurs if tax socialization is encouraged and supported by the taxpayers' awareness. The objective of this study is to find out the positive and significant effect of taxation socialization and taxpayer awareness on taxpayer compliance partially or simultaneously by involving 30 respondents. The analytical tool used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that partially the tax socialization variable (X_1) has a positive but not significant effect on taxpayer compliance with business owners. The taxpayer awareness variable (X_2) positively and significantly affects the taxpayer compliance of business owners. Simultaneously, it shows that the variables of taxation socialization (X_1) and taxpayer awareness (X_2) have a positive and significant effect on the taxpayer compliance of business owners.

Keywords: *tax socialization, taxpayer awareness, taxpayer compliance business owner in the district marisa.*

ABSTRAK

MUHAMAD AZHAR BADIU. E1119153. PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PEMILIK USAHA DI KECAMATAN MARISA

Urgensi kepatuhan wajib pajak merupakan hal yang tidak terpisahkan dengan adanya pembangunan di segala sektor karena berkontribusi langsung pada negara. Kepatuhan wajib pajak akan tercipta apabila sosialisasi perpajakan digalakkan dengan disokong oleh adanya kesadaran dari wajib pajak itu sendiri. Tujuan dijadikannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun secara simultan sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan melibatkan 30 responden. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel sosialisasi perpajakan (X_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak masyarakat pemilik usaha. variabel Kesadaran wajib pajak (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan wajib pajak masyarakat pemilik usaha. Serta secara simultan, menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan (X_1) dan kesadaran wajib pajak (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan wajib pajak masyarakat pemilik usaha.

Kata kunci: sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT. Karena hanya berkat, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul penelitian **“Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Masyarakat Pemilik Usaha di Kecamatan Marisa”** sesuai dengan yang direncanakan. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Penulis sadar, masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kelengkapan skripsi ini dan penelitian selanjutnya.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besanya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Muh. Ichsan Gaffar, SE., M.Ak., CSRS, selaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Ichsan Gorontalo. Bapak Dr. Abdul Gaffar La Tjokke., M.Si, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo. Bapak Dr. Musafir, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo. Ibu Melinda Ibrahim, SE., MSA, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Ichsan Gorontalo. Ibu Purnamasari, SE., M.Si selaku Pembimbing 1 dan Bapak Taufik Udango, SE., M.Ak selaku Pembimbing 2 yang telah membimbing dalam mengerjakan skripsi ini.

Ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua dan keluarga yang telah membantu dan mendukung saya. Serta dosen dan staf administrasi Universitas Ichsan Gorontalo dan rekan-rekan seperjuangan mahasiswa akuntansi yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semua yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Saran dan kritik, penulis harap akan dari semua pihak untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini lebih lanjut. Semoga penelitian bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Gorontalo, 3 November 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAC.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1, Kajian pustaka.....	9
2.1.1. Pengertian Pajak	9
2.1.2. Sosialisasi Pajak.....	10
2.1.3. Kesadaran wajib Pajak	13
2.1.4. Kepatuhan wajib Pajak.....	15
2.2. Kerangka pikir	17
2.3. Hipotesis	17
BAB III OBYEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1. Obyek Penelitian	18
3.2. Desai Penelitian	18
3.3. Variabel penelitian	18
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	19

3.5. Teknik Pengumpulan Data	21
3.6. Teknik Analisis Data.....	21
3.6.1. Uji Validitas.....	21
3.6.2. Uji Realibilitas	22
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	22
3.6.4. Uji Regresi Berganda	24
3.6.5. Uji Hipotesis Parsial (t)	26
3.6.6. Uji Hipotesis Simultan (f)	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1, Gambaran Umum Lokasi Penelitian	28
4.2. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian	28
4.2.1. sosialisasi Perpajakan	29
4.2.2. Kesadaran Wajib Pajak	32
4.2.3. Kepatuhan wajib Pajak.....	35
4.3. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	38
4.3.1. Uji Validitas.....	38
4.3.2. Uji Realibilitas	39
4.3.3. Pengujian Asumsi Klasik	40
4.3.4. Uji Regresi Berganda	44
4.3.5. Uji Signifikansi Parsial (t)	46
4.3.4. Uji Signifikansi Simultan (f)	48
BAB V PENUTUP	50
4.1, Kesimpulan.....	50
4.2. Saran.....	50
Daftar Pustaka	52
Jadwal Penelitian	54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Penelitian	19
Tabel 4.1 Skala Penilaian Jawaban Responden.....	29
Tabel 4.2 Sosialisasi Langsung	30
Tabel 4.3 Sosiliasasi Tidak Langsung Melalui Media Televisi	30
Tabel 4.4 Sosialisasi Tidak Langsung Melalui Media Berupa Booklet Atau Leaflet	31
Tabel 4.5 Sosialisasi Tidak Langsung Melalui Media Radio.....	32
Tabel 4.6 Kesadaran Wajin Pajak Dengan Menghargai Ketentuan Pajak	33
Tabel 4.7 Kesadaran Wajib Pajak Dengan Mengakui Ketentuan Pajak	33
Tabel 4.8 Kesadaran Wajib Pajak Dengan Mengetahui Ketentuan Pajak	34
Tabel 4.9 Kesadaran Wajib Pajak Dengan Menaati Ketentuan Pajak	34
Tabel 4.10 Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sadar Akan Tanggung Jawab Sebagai Warga Negara	35
Tabel 4.11 Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pelayanan Prima	36
Tabel 4.12 Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Mendaftarkan Diri Secara Sukarela	36
Tabel 4.13 Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Melaporkan SPT Telah Diisi Tepat Waktu	37
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel X ₁ (Sosialisasi Perpjakan)	38
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel X ₂ (Kesadaran Wajib Pajak)	38
Tabel 4.16 Uji Validitas Variabel Y ₁ (Kepatuhan Perpjakan).....	39
Tabel 4.17 Uji Realibilitas Variabel X ₁ (Sosialisasi Perpjakan)	39
Tabel 4.18 Uji Realibilitas Variabel X ₁ (Kesadaran Wajib Pajak).....	39
Tabel 4.19 Uji Realibilitas Variabel Y ₁ (Kepatuhan Wajib Pajak)	40
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas Data.....	41
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolineitas	42
Tabel 4.22 Hasil Uji Autokorelasi	44
Tabel 4.23 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	44

Tabel 4.24 Ringkasan Koefisien Determinasi.....	45
Tabel 4.25 Ringkasan Uji Parsial (uji-t)	46
Tabel 4.26 Ringkasan Uji Simultan (uji-f).....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	17
Gambar 3.1 Variabel Penelitian.....	19
Gambar 4.1 Scatterplot Diagram Uji Heterokedastitas.....	49

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar belakang

Pajak merupakan iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada negara dan telah diatur berdasarkan Undang-undang pasal 23 A UUD 1945 sehingga pajak tersebut dapat dipaksakan dalam proses pembayarannya, dan dari pembayaran pajak yang dibayarkan oleh pemilik usaha akan dikelola oleh pemerintah dengan

sebagai mungkin untuk pembangunan. Hasil pungutan pajak yang dilakukan oleh pemerintah selain untuk pembangunan infrastruktur juga digunakan untuk membayar gaji para pegawai dan untuk mendanai pengeluaran-pengeluaran pemerintah baik dalam bidang ekonomi maupun dalam bidang sosial sehingga tingkat kesejahteraan pemilik usaha dapat tercapai.

Pajak merupakan salah satu sumber pembiayaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan angka kesejahteraan pemilik usaha . Berkaitan dengan hal tersebut pentingnya pengelolaan pajak menjadi prioritas utama bagi pemerintah. Adapun berbagai jenis pajak yang dipungut pemerintah dan dikenakan pada pemilik usaha . Pajak merupakan saran penghasilan Negara guna penyelenggaraan pemerintah dalam spek pembangunan. Salah satu aspek penunjang dalam keberhasilan pembangunan nasional tersebut diambil dari sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya yang lainnya Yang mana kesemuanya itu merupakan ketersedian dana pembangunan baik diperoleh

dari sumber sumber pajak dan non pajak, (Aditya, Rita, Kharis, 2016:2).

Menurut Mardiasmo dalam Aditya, Rita, Kharis, (2016:2). Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat balas jasa yang langsung dapat ditujukan dan yang dapat digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Sehingga dengan sifat yang dapat dipaksakan dalam hal penagihan pajak maka pemilik usaha dituntut untuk patuh terhadap kewajibannya sebagai warga negara untuk membayar pajak demi kepentingan khalayak umum.

Kepatuhan wajib pajak adalah hal yang penting terjadi dilingkungan pemilik usaha karena dengan kepatuhan tersebut maka penghasilan pajak pemerintah akan meningkat untuk menopang perekonomian negara dan untuk membangun infrstruktur diberbagai sektor untuk memebantu kebutuhan pemilik usaha karena pajak yang pemilik usaha bayarkan akan kembali juga pada pemilik usaha .

Kepatuhan pajak adalah suatu sikap terhadap fungsi pajak, berupa konsistensi dari komponen kognitif, efektif, dan konatif yang berinteraksi dalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap makna dan fungsi pajak, Yadnyana dan Sudiksa dalam (Susilawati dan Budiartha, 2013:347).

Dari kepatuhan wajib pajak pemilik usaha tersebut negara akan dapat membangun infrstruktur secara terus menerus untuk memenuhi kebutuhan pemilik usaha diberbagai sektor seperti pertanian, perikanan dan sektor lainnya. Dari pemenuhan fasilitas tersebut maka perekonomian negara akan menjadi lebih baik

karena fasilitas yang diberikan pemerintah kepada pemilik usaha seperti halnya bantuan alat pemotong untuk petani dan sampan untuk nelayan.

Kemudian wajib pajak pemilik usaha ini juga diatur dalam peraturan negara atau biasa disebut dengan undang-undang yaitu pasal 23 A UUD 1945 yang berbunyi "Pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang". Dengan undang-undang tersebut pemilik usaha telah terikat dengan aturan yang diatur oleh negara, sehingga wajib bagi pemilik usaha untuk membayar pajak pada negara untuk memenuhi kebutuhan pemilik usaha itu sendiri yang disalurkan melalui bantuan kepada pemilik usaha .

Dalam rangka mematuhi aturan dalam hal membayar pajak maka diperlukan sosialisasi perpajakan kepada pemilik usaha agar menjadi dasar pengetahuan untuk pemilik usaha untuk melaksanakan kewajibannya sebagai warga negara untuk membayarkan pajak pada negara.

Sosialisasi perpajakan adalah proses memberikan informasi kepada pemilik usaha dalam hal ini informasi perpajakan karena sosialisasi perpajakan sangatlah penting dilaksakan oleh kantor pajak agar pemilik usaha dapat melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak.

Sosialisasi perpajakan dalam bidang perpajakan merupakan hal penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya Direktorat Jendral Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada pemilik usaha pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan

perundang-undangan, (Gede dan Ketut, 2014:343).

Dengan sosialisasi perpajakan pegawai kantor pajak juga akan lebih mudah pada proses penagihan pajak pada pemilik usaha karena bermodalkan pengetahuan tentang perpajakan pada pemilik usaha itu sendiri dan akan berdampak juga pada ketepatan waktu membayar pajak pemilik usaha .

Dari sosialisasi perpajakan itu juga diharapkan pemilik usaha akan tepat waktu untuk membayar pajak yang sudah menjadi kewajiban bagi pemilik usaha dalam hal ini pemilik usaha yang berada pada wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia karena telah menjadi ketetapan bagi pemilik usaha nya untuk selalu membayarkan pajak pada negara sebagai sumber pendapatan negara yang terbesar untuk memperbaiki perekonomian negara tersebut.

Strategi sosialisasi perpajakan dapat dilakukan dengan berbagai macam cara yaitu dengan cara publikasi, kegiatan, pemberitaan, keterlibatan komunitas, pencantuman identitas, dan pendekatan pribadi yang dilaksanakan oleh pegawai kantor pajak.

Karena Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya Direktorat Jendral Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada pemilik usaha pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan. Sosialisasi ini dapat dilakukan melalui media komunikasi, baik media cetak seperti surat kabar,majalah maupun audio visual seperti radio atau televisi, Sulastianingrum dalam (Gede dan Ketut,2014:343).

Selain sosialisasi yang dilaksakan oleh Direktorat Jendral Pajak perlu

juga harus dibarengi dengan kesadaran wajib pajak oleh pemilik usaha itu sendiri karena dua hal ini akan saling berkaitan dalam rangka memenuhi kepatuhan wajib pajak pemilik usaha .

Kesadaran wajib pajak adalah rasa yang timbul pada pemilik usaha dalam melaksanakan kewajibannya sebagai warga negara dan selalu merasaikhlas dan tanpa paksaan, dengan kesadaran yang tinggi terhadap kewajibannya maka tingkat kepatuhan wajib pemilik usaha juga akan meningkat.

Kesadaran wajib pajak dapat dilihat dari kesungguhan dan kegiatan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya yang ditujukan dalam pemahaman wajib pajak terhadap fungsi pajak dan kesungguhan wajib pajak dalam membayar dan melaporkan pajak, (Gede dan Ketut, 2014: 342) .

Dari kesadaran tersebut maka pemilik usaha akan membantu negara dalam proses pembangunan karena sumber anggaran pembangunan nasional berasal dari pajak yang dibayarkan pemilik usaha pada negara.

Peningkatan kepatuhan pajak dapat dicapai apabila ada kemauan dan kesadaran yang timbul dari diri wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, Nugroho dalam (Lestari,2018:3).

Sebagaimana peneliti terhadulu pernah melakukan penelitian yang sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Choirul Anam Dkk 2018 yang berjudul Pengaruh kesadaran wajib pajak, pelayanan fiskus dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha dan pekerjaan bebas sebagai variabel intervening (studi di KPP Pratama Salatiga). Dengan hasil penelitian : Berdasarkan hasil analisis menunjukan

bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kesadaran wajib pajak maka semakin meningkat kepatuhan wajib pajak dalam pembayaran pajak, Berdasarkan hasil analisis menunjukan bahwa pelayanan fiskus berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa sanksi pajak berpengaruh tidak langsung terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi sanksi yang diberikan tidak berpengaruh langsung terhadap kepatuhan seorang wajib pajak, Menunjukan bahwa layanan fiskus mempengaruhi kegiatan usaha dan pekerjaan bebas terhadap kepatuhan wajib pajak, Menunjukan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh secara langsung terhadap kegiatan usaha dan pekerjaan bebas, Hasil analisis menunjukan bahwa pelayanan fiskus berpengaruh terhadap kegiatan usaha dan pekerjaan bebas. Jadi semakin baik pelayanan fiskus akan meningkatkan pajak dari wajib pajak kegiatan usaha dan pekerjaan bebas.

Kemudian di penelitian selanjutnya Eliana. 2018 dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pada kantor samsat kota banda aceh (studi pada kantor samsat kota banda aceh). Dengan hasil penelitian sebagai berikut : kualitas pelayanan dan sanksi pajak secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak , sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak samsat Kota Banda Aceh.

Dari kedua hasil penelitian di atas dapat di simpulkan bahwa sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak pemilik usaha berpengaruh positif Pada kepatuhan wajib pajak masyarakat karena kedua hal tersebut menjadi pendorong utama bagi pemilik usaha untuk patuh terhadap aturan membayar pajak bagi setiap warganegara.

Dengan melihat kondisi dan adanya riset dari penelitian-penelitian terdahulu, penelitian ini untuk menguji kembali variable-variabel tersebut. Peneliti tertarik melakukan penelitian karena adanya inkonsistensi dari beberapa penelitian terdahulu. Peneliti menggunakan variabel sosialisasi dan kesadaran wajib pajak untuk membuktikan faktor yang memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

1.2.Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa ?
- b. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa ?
- c. Apakah sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa ?

1.3.Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui apakah sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa.
- b. Untuk mengetahui apakah kesadaran wajib pajak pemilik usaha berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa ?
- c. Untuk mengetahui apakah sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak pemilik usaha berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa ?

1.4. Manfaat penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan pengembangan pengetahuan di bidang ilmu perpajakan.
- b. Untuk praktisi
Sebagai bahan masukan bagi semua unsur-unsur yang terlibat dalam bidang ilmu perpajakan.
- c. Untuk peneliti
Sebagai bahan masukan dan referensi serta sebagai bahan pembelajaran kepada peneliti, khususnya peneliti dibidang ilmu perpajakan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Pengertian Pajak

Pajak adalah iuran kepada negara yang dibayarkan oleh rakyat dan sudah diatur berdasarkan Undang-undang sehingga pajak itu dapat dipaksakan pada proses pembayarannya.

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum, Rochmat dalam (Mardiasmo, 2006:201).

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki beberapa unsur :

- a. Iuran dari rakyat kepada negara

Jadi yang berhak memungut pajak dari rakyat adalah negara, dan iuran dari rakyat berupa uang dan bukan barang atau hal yang lain.

- b. Berdasarkan undang-undang

Jadi pada saat negara memungut pajak pada pemilik usaha negara memiliki kekuatan yaitu undang-undang atau aturan yang sudah menjadi ketetapan bagi pemilik usaha .

c. Jasa timbal balik (kontraprestasi).

Jadi pembayaran pajak pemilik usaha pemerintah tidak mengatur bahwa ada jasa timbal balik kepada pemilik usaha secara individual.

d. Membayar pengeluaran umum

Jadi uang hasil pajak digunakan negara pada pemberian rumah tangga negara dan segala kebutuhan negara.

Adapun menurut , (Aditya, Rita, Kharis, 2016:2). Pajak merupakan salah satu sumber pemberian pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan angka kesejahteraan masyarakat. Berkaitan dengan hal tersebut pentingnya pengelolaan pajak menjadi prioritas utama bagi pemerintah. Adapun berbagai jenis pajak yang dipungut pemerintah dan dikenakan pada masyarakat. Pajak merupakan saran penghasilan negara guna penyelenggaraan pemerintah dalam aspek pembangunan. Salah satu aspek penunjang dalam keberhasilan pembangunan nasional tersebut diambil dari sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya yang lainnya. Yang mana kesemuanya itu merupakan ketersedian dana pembangunan baik diperoleh dari sumber sumber pajak dan non pajak.

2.1.2. Sosialisasi perpajakan

Sosialisasi perpajakan dilakukan oleh pegawai kantor pajak dalam rangka memberi pengetahuan kepada masyarakat informasi tentang pajak agar masyarakat lebih mudah memahami apa itu pajak dari segi kegunaan pajak, dan proses pemungutan pajak itu sendiri.

Dari sosialisasi perpajakan pegawai pajak dapat menyampaikan informasi

tentang fungsi dan jenis pajak itu sendiri, adapun fungsi pajak dan jenis pajak adalah sebagai berikut :

A. Fungsi pajak

Ada beberapa fungsi dari pemungutan pajak yang dilakukan oleh pegawai kantor pajak yang tentunya hasil dari pajak ini bermanfaat bagi negara dalam hal pembangunan. Adapun fungsi pajak, yaitu :

a. Fungsi budgetair

Pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

*b. Fungsi mengatur (*regulerend*)*

Pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi

Contoh :

1. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap minuman keras untuk mengurangi konsumsi minuman keras.
2. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap barang-barang mewah untuk mengurangi gaya hidup konsumtif.
3. Tarif pajak untuk ekspor sebesar 0% untuk mendorong ekspor produk Indonesia di pasaran dunia (Mardiasmo, 2006:4).

B. Jenis-jenis pajak

Pajak dibagi menjadi beberapa bagian yang setiap bagian memiliki fungsi masing-masing. Adapun bagian-bagian dari pajak yaitu :

- a. Pajak Provinsi, terdiri dari:
 1. Pajak kendaraan bermotor dan kendaraan diatas air.
 2. Bea balik nama kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air.
 3. Pajak bahan bakar kendaraan bermotor.
 4. Pajak pengambalan dan pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan.
- b. Pajak Kabupaten/Kota, terdiri dari;
 1. Pajak hotel.
 2. Pajak restoran.
 3. Pajak hiburan.
 4. Pajak reklame.
 5. Pajak penerangan jalan.
 6. Pajak pengambilan bahan galian golongan C.
 7. Pajak parkir.
 8. Pajak lain-lain (Mardiasmo, 2006:4).

Sosialisasi perpajakan yang baik diharapkan dapat meningkat kepatuhan wajib pajak. Pentingnya sosialisasi memerlukan pengertian kepada masyarakat dalam membayar pajak dan informasi tentang perpajakan. Dengan adanya sosialisasi perpajakan masyarakat menjadi mengerti dan paham mengenai manfaat membayar pajak sehingga masyarakat akan mudah melaksanakan kewajibannya sebagai warga negara.

Dari definisi tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa sosialisasi

perpajakan sangat penting karena dapat memberikan pengetahuan pajak kepada masyarakat dan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak masyarakat.

Kegiatan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan dapat dilakukan dengan dua cara sebagai berikut :

a. Sosialisasi langsung

Sosialisasi langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan dengan berinteraksi langsung dengan wajib pajak atau calon wajib pajak, misalnya adanya sosialisasi tentang tata cara pengisian formulir pajak, teknis membayar pajak.

b. Sosialisasi tidak langsung

Sosialisasi tidak langsung adalah kegiatan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat dengan tidak sedikit melakukan interaksi dengan peserta. Contoh sosialisasi tidak langsung dengan melakukan sosialisasi melalui radio/ televisi, penyebaran buku-buku / booklet/ leaflet perpajakan, (Marisa dan Agus, 2013:128).

Sosialisasi perpajakan dalam bidang perpajakan merupakan hal penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya Direktorat Jendral Pajak untuk memberikan pengertian, informasi, dan pembinaan kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak pada khususnya mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan perpajakan dan perundang-undangan. Sosialisasi ini dapat dilakukan melalui media komunikasi, baik media cetak seperti surat kabar, majalah maupun media audio visual seperti radio atau televisi, Sulastianingrum dalam (Gede dan Ketut, 2014:343).

2.1.3. Kesadaran wajib pajak

Kesadaran merupakan satu unsur dalam diri seorang manusia yang timbul karena keadaan sekitar yang mempengaruhinya. Kesadaran juga merupakan unsur dalam diri manusia untuk memahami realitas dan bagaimana mereka bertindak atau bersikap terhadap realitas.

Kesadaran wajib pajak masyarakat akan timbul jika pegawai pajak intens melakukan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat dan juga akan berpengaruh pada meningkatnya kepatuhan wajib pajak masyarakat.

Dari hal tersebutlah masyarakat akan sadar akan kewajibannya sebagai warga negara untuk membayarkan pajak dan dari kesadaran melalui genjar sosialisasi tersebut maka tingkat kepatuhan wajib pajak masyarakat akan meningkat karena masyarakat telah memiliki informasi tentang perpajakan.

Kesadaran membayar pajak yang mendorong wajib pajak untuk membayar pajak. Pertama, 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. Kedua, kesadaran bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak sangat merugikan negara. Wajib pajak mau membayar pajak karena memahami bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak berdampak pada kurangnya sumber daya finansial yang dapat mengakibatkan terhambatnya pembangunan negara. Ketiga, kesadaran bahwa wajib ditetapkan dengan undang-undang dan dapat dipaksakan.

Kesadaran perpajakan adalah suatu kondisi dimana seseorang

mengetahui, mengakui, menghargai dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku serta memiliki kesungguhan dan keinginan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, Muliari dalam (Aditya, Rita, Kharis, 2016) hlm 7.

Menurut Anggraeni dalam (Marisa dan Agus, 2013:127) menyimpulkan kriteria wajib pajak yang sadar akan kewajiban perpajakannya dalam sistem *self-assessment*, yaitu :

1. Dalam mendapatkan NPWP, wajib pajak secara aktif mendaftarkan diri secara aktif dan mandiri ke KPP setempat.
2. WP mengambil sendiri formulir SPT masa di KPP setempat.
3. WP menghitung dan menetapkan sendiri jumlah pajak penghasilan yang terhutang melalui pengisian SPT tanpa bantuan fiskus.
4. WP menyetor dan melaporkan formulir SPT secara aktif dan mandiri dan tepat waktu, tanpa harus ditagih oleh fiskus.

2.1.4. Kepatuhan wajib pajak masyarakat

Kepatuhan wajib pajak masyarakat akan terjadi ketika masyarakat sadar akan tanggung jawabnya terhadap negara dengan membayarkan iuran kepada negara dengan ikhlas dan tulus melaksakan hal tersebut.

Menurut Rahayu dan Ita (2009:125) mengungkapkan bahwa kepatuhan wajib pajak dapat diidentifikasi dari kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri, kepatuhan menyetorkan kembali surat pemberitahuan (SPT), kepatuhan dalam perhitungan dan pembayaran pajak terutang. Kepatuhan wajib pajak juga dapat didefinisikan sebagai tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundan-undangan dan

peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara. Predikat wajib pajak patuh dalam arti disiplin dan taat tidak sama dengan wajib pajak yang berpredikat pembayar pajak dalam jumlah besar, tidak ada hubungan antara kepatuhan dengan jumlah nominal setoran pajak yang dibayarkan pada kas negara, karena pembayar pajak terbesar sekalipun belum tentu memenuhi kriteria sebagai wajib pajak patuh, meskipun memberikan kontribusi besar pada negara, jika masih memiliki tunggakan maupun keterlambatan penyetoran pajak maka tidak dapat diberi predikat wajib pajak patuh.

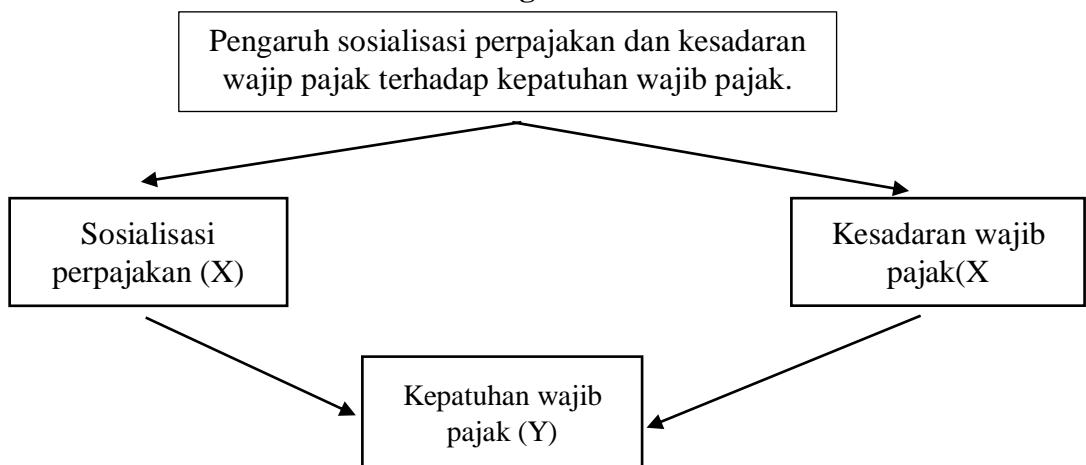
Kepatuhan wajib pajak juga tidak difaktori oleh si wajib pajak itu sendiri tetapi kepatuhan itu atau membayar pajak itu timbul sebagai respon atas pelayanan prima (*exxelent services*) yang dilakukan oleh kantor pajak (*tax office*) (Yuliana, 2015). Sedangkan menurut Eliyana 2018 menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak diartikan sebagai kondisi ideal wajib pajak yang memenuhi peraturan perpajakan serta melaporkan penghasilannya secara akurat dan jujur. Dari kondisi ideal tersebut, kepatuhan wajib pajak dapat didefinisikan sebagai dikenakan kepada wajib pajak ada juga ada juga yang diancamkan kepada pejabat pajak atau kepada pihak ketiga yang melanggar norma.

Dari defenisi di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kepatuhan wajib pajak tidak hanya dipengaruhi wajib pajak melainkan ada pengaruh dari pelayanan oleh kantor pajak. Jadi semakin tinggi tingkat kebenaran memperhitungkan ketepatan menyetor serta mengisi surat pemberitahuan maka diharapkan semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak terhadap tanggung jawabnya.

2.2. Kerangka Pikir

Penelitian ini terkait pengaruh sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha pemilik usaha di Kecamatan Marisa yang dapat digambarkan menjadi sebuah kerangka pemikiran teoritis yang menghubungkan antara variabel dari penelitian ini sebagaimana berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



2.3. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas suatu rumusan masalah yang masih harus dilakukan kebenarannya melalui pengujian-pengujian secara empiris.

- H1 : Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa.
- H2 : Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa.
- H3 : Sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa.

BAB III

OBYEK DAN METODEOLOGI PENELITIAN

3.1.Obyek Penelitian

Adapun yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak pemilik usaha . Dengan tujuan lokasi penelitian pada kantor pajak itu sendiri dan pemilik usaha umum guna mengumpulkan segala informasi mengenai judul yang diangkat serta waktu penelitian berkisar dua sampai tiga bulan dengan memperhatikan segala aspek termasuk di dalamnya obyek yang dituju.

3.2. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, dalam arti sempit desain penelitian adalah pengumpulan dan analisa data untuk mendapatkan sebuah hasil peneltian.

3.3. Variabel penelitian

Dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu variabel dependen, variabel independen,adapun varibel dependen adalah sosialisasi perpajakan (X_1) dan kesadaran wajib pajak pemilik usaha (X_2) sedangkan variabel independen adalah kepatuhan wajib pajak pemilik usaha (Y) .

Sosialisasi perpajakan adalah proses memberikan informasi pada pemilik usaha oleh pegawai kantor pajak agar pemilik usaha dapat mengetahui prosedur membayar pajak dan lain sebagainya mengenai pajak.

Kesadaran wajib pajak akan berlaku jika pemilik usaha telah mengetahui informasi tentang pajak melalui sosialisasi perpajakan oleh pegawai kantor pajak maka masyarakat akan sadar akan kewajibannya sebagai warga Negara dan pemilik usaha akan patuh terhadap aturan yang telah berlaku.

Kepatuhan wajib pajak pemilik usaha berawal dari pengetahuan pemilik usaha tentang pajak itu sendiri dan mereka memiliki kesadaran akan pajak sehingga pemilik usaha akan patuh untuk membayar pajak.

Tabel 3.1 Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Skala
Sosialisasi perpajakan (X ₁) (Marisa dan Agus, 2013:127)	1. Sosialisasi langsung	Likert
	2. Sosialisasi tidak langsung	
Kesadaran wajib pajak (Aditya, Rita, Kharis, 2016:7)	1. Menghargai ketentuan pajak	Likert
	2. Mengakui ketentuan pajak	
	3. Mengetahui ketentuan pajak	
	4. Mentaati ketentuan perpajakan	

Kepatuhan wajib pajak (Y). (Yuliana, 2015)	1. Sadar akan tanggung jawab sebagai warga negara	Likert
	2. Pelayanan prima oleh kantor pajak	

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2018:80). Menyadari bahwa jumlah populasi wajib pajak yang ada di Kabupaten Pohuwato yaitu 5.954 orang. secara rinci jumlah populasi maka peneliti berinisiatif untuk menarik sampel yang bersifat representatif berdasarkan dengan karakteristik yang telah penulis tetapkan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiono, 2018:80). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik convenience sampling. Menurut Uma Sekaran (2006), convenience sampling adalah kumpulan informasi-informasi dari anggota-anggota populasi yang dengan setuju mau memberikan informasi tersebut.

Dengan begitu, siapa saja yang setuju memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dengan peneliti baik bertemu secara langsung maupun tak langsung, dapat digunakan sebagai sampel pada penelitian ini bila responden tersebut cocok sebagai sumber data.

3.5. Teknik pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data pada penelitian ini dibutuhkan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Penelitian kepustakaan

Penelitian kepustakaan bertujuan untuk mengumpulkan literatur-literatur baik itu jurnal, buku-buku, dan semua hal yang berkaitan dengan penelitian yang kami lakukan.

b. Penelitian lapangan

Penelitian lapangan bertujuan untuk mengumpulkan data dengan terjun langsung dan dilakukan dengan beberapa cara pengumpulan data di lapangan, adapun cara mengumpulkan data dilapangan adalah sebagai berikut :

1. Dokumentasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen atau gambar yang berkaitan dengan penelitian ini.
2. Kuisioner, yaitu menyebarluaskan angket yang berisi petanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1.Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur keaslian atau valid tidaknya suatu kuisioner. Kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut, Ghazali dalam Nuralimah, (2019). Dalam hal ini digunakan beberapa butir pertanyaan yang secara tepat dapat mengungkapkan variabel yang diukur tersebut.

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiono, 2012:348 dalam Listiana Andyastuti, Topowijono Achmad Husaini 2013:4). Mengukur validitas dapat dilakukan dengan korelasi (r) product moment.

Kriteria pengujian untuk menerima atau menolak hipotesis adanya pernyataan yang valid atau tidak dilakukan dengan:

$H_0 : r = 0$, tidak terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan (α) 5%.

$H_1 : r \neq 0$, terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan (α) 5%.

Hipotesa nol (H_0) diterima apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, demikian sebaliknya hipotesa alternatif (H_1) diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.6.2. Uji realibilitas

Uji realibilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, Ghazali dalam Nuralimah (2019). Pengukuran

realibilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* (a). Suatu konstruk atau variabel dikatakan realibel jika memberikan nilai *Cronbach Alpa* > 0.60 Ghozali dalam (Nuralimah,2019).

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Juliana (2013). teknik pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis persamaan regresi linier berganda. Agar diperoleh model persamaan yang baik, maka data yang digunakan harus tepat. Untuk itu, sebelum melakukan pengujian hipotesis dilakukan uji prasyarat analisis atau uji asumsi klasik terlebih dahulu melalui uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedatistas, dan Uji Autokorelasi dengan bantuan aplikasi IBM *statistic product and services solution* (SPSS) versi 19.0 for windows solution. Menurut Gujarti dalam (Juliana , 2013). Asumsi-asumsi pada model regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

1. Model regeresinya adalah linier dalam parameter.
2. Nilai rata-rata dari eror adalah nol.
3. Variabel dari *error* adalah konstan.
4. Tidak terjadi autokorelasi pada *error*.
5. Tidak terjadi multikolinieritas pada variabel bebas.
6. *Error* berdistribusi normal.

3.6.3.1. Uji Normalitas

Menurut Erlina dalam Juliana (2013). Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah dalam model regresi variabel penggangu atau residual

memiliki distribusi normal. Pengujian ini diperlukan karena untuk melakukan uji t dan uji f mengamsumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar atau tidak dipenuhi maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Imam Ghazali dalam (Juliana, 2013). Untuk melanjutkan uji, penulis mendasarkan pada uji grafik dan uji statistik.

a. Uji statistik

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah salah satunya melalui uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (KMS). Jika nilai Asymp.sig > nilai signifikansi (0,05) maka data berdistribusi normal. Pada dasarnya tidak semua data penelitian berdistribusi normal dan dapat dinormalkan dengan 3 cara :

1. Menambah data penelitian
2. Melakukan transformasi data, yakni mengubah data kedalam bentuk log natural (Ln). Kekurangan dari transformasi data tidak dapat digunakan bagi data yang bernilai negatif.
3. Melakukan uji *outlier*, membuang data yang bersifat ekstrim. Umumnya *outlier* yang digunakan adalah. (Juliana, 2013).

b. Uji Grafik

Uji grafik salah satunya dapat dilakukan dengan melihat gambar *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal atau grafik atau dengan melihat histogram residualnya. Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. (Juliana, 2013).

3.6.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen karena mengurangi keyakinan dalam pengujian signifikan. Menurut Ghazali dalam (Juliana, 2013). Untuk mengetahui ada tidaknya suatu masalah multikolinearitas dalam model regresi, peneliti dapat menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, sebagai berikut :

- a. Jika nilai *Tolerance* di bawah 0,1 dan nilai VIF di atas nilai 10, maka model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas.
- b. Jika nilai *Tolerance* di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, maka model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas (Juliana, 2013).

3.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap,

maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, (Juliana, 2013).

3.6.3.4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam modal regresilinier ada korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ad problem autokorelasi, (Pauji, 2014).

3.6.4. Regresi Berganda

$$Y : \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (kepatuhan wajib pajak)

X_1 = Variabel bebas (sosialisasi perpajakan)

X_2 = Variabel bebas (kesadaran pajak)

α = Konstan

β_1 dan β_2 = Koefisien korelasi

ϵ = Standar Eror

3.6.5. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan pengujian hipotesis untuk melihat pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Pengujian variabel independen terhadap perubahan nilai variabel dependen dilakukan melalui pengujian terhadap besarnya perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan nilai semua variabel independen,

Algifari dalam (Nuralimah, 2019).

Uji t dimaksudkan untuk menguji tingkat singnifikansi hipotesis asosiatif antara variabel X dan Y secara parsial.

$$t = \frac{r\sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

t = nilai Uji t

r = Koefisien Korelasi *Pearson*

r^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Sampel(Responden)

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika $T_h > t_t$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika $T_h < t_t$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.6.6. Pengujian Secara Simultan (Uji f)

Uji f dimaksudkan untuk menguji tingkat singnifikansi hipotesis asosiatif antara variabel X dan Y secara simultan.

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

F = Rasio

R = Koefisien Korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel (responden)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pemilik usaha di Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato adalah pemilik usaha yang memiliki banyak jenis usaha antara lain adalah usaha foto copy, penjual barang harian atau toko kelontong dan toko bahan bangunan. Biasanya toko-toko tersebut beroperasi mulai pagi hari sampai dengan malam hari. Toko-toko tersebut beroperasi setiap hari, mulai dari hari senin sampai dengan hari minggu, namun biasanya tempat usaha tersebut akan sangat ramai pada hari-hari kantor dan waktu perkuliahan karena menjadi tempat menyelesaikan tugas dan tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari bagi para pegawai kantor.

4.2. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

Pada penelitian yang telah dilakukan, dari total 5.954 jumlah wajib pajak di Kabupaten Pohuwato yang tersebar di 13 kecamatan dan total wajib pajak orang pribadi sejumlah 2.581 orang, yang juga tersebar di 13 kecamatan di

Kabupaten Pohuwato dan peneliti hanya mengambil data di salah satu kecamatan di Kabupaten Pohuwato yaitu Kecamatan Marisa. Maka peniliti membagikan 50 kuesioner dan wajib pajak yang telah memberikan informasi kepada peneliti sejumlah 30 orang responden yang mengembalikan kuesioner kepada peniliti.

Setiap indikator dari variabel akan dilakukan pendeskripsian langkah awal atau untuk mendeskripsikan setiap indikator adalah membuat tabel kategori atau skala penilaian untuk masing-masing item pertanyaan. Selanjutnya dapat dibuatkan skala penilaian untuk masing-masing item pertanyaan dengan terlebih dahulu menghitung rentang skala. adapun rentangnya dapat dihitung sebagai berikut:

Bobot terendah x item x jumlah responden = $1 \times 1 \times 30 = 30$

Bobot tertinggi x item x jumlah responden = $5 \times 1 \times 30 = 150$

Rentang skalanya yaitu :

Dari perhitungan rentang bobot terendah sampai pada bobot tertinggi adalah :

$$\text{Rentang Skala} = \frac{150 - 30}{5} = 24$$

Berdasarkan hasil perhitungan rentang skala tersebut diatas, maka dapat dibuatkan skala penilaian seperti terlihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1. Skala Penilaian jawaban responden

Rentang	Kategori
127-150	Sangat tinggi
103 -126	Tinggi

79 – 102	Sedang
55 – 78	Rendah
30 – 54	Sangat rendah

Sumber: Data olahan, 2021.

Adapun deskripsi jawaban responden terhadap masing-masing indikator pada setiap Variabel adalah :

4.2.1. Sosialisasi Perpajakan (X_1)

Berdasarkan hasil tabulasi data diperoleh nilai masing-masing indikator dari variabel Sosialisasi Perpajakan (X_1) menurut jawaban responden berdasarkan tabel 4.2. dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 4.2 Sosialisasi Langsung

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	13	65	43,33
Setuju	4	16	64	53,33
Ragu-ragu	3	1	3	3,33
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	132	100

Sumber : Data olahan, 2021.

Berdasarkan tabel 4.2. di atas tentang indikator sosialisasi yang digunakan berupa sosialisasi langsung atau bertemu langsung dengan wajib pajak yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 13 orang yang menyatakan sangat setuju atau 43,33% diberi bobot 65 dan 16 orang yang menyatakan setuju atau 53,33% diberi bobot 64 serta 1 orang yang menjawab ragu-ragu atau 3,33% diberi bobot 3. Tanggapan responden pada indikator diberi skor 132 atau masuk pada kategori sangat tinggi.

Tabel 4.3 Sosialisasi tidak langsung melalui media televisi

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	9	45	30.0
Setuju	4	13	52	43.3
Ragu-ragu	3	8	24	26.7
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	121	100

Sumber : Data olahan, 2021.

Berdasarkan tabel 4.3. di atas tentang indikator sosialisasi yang digunakan berupa sosialisasi tidak langsung melalui media televisi yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 9 orang yang menyatakan sangat setuju atau 30.0% diberi bobot 45 dan 13 orang yang menyatakan setuju atau 43,3% diberi bobot 52 serta 8 orang yang menjawab ragu-ragu atau 26.7% diberi bobot 24. Tanggapan responden pada indikator diberi skor 121 atau masuk pada kategori tinggi.

Tabel 4.4 Sosialisasi tidak langsung melalui media berupa booklet atau leaflet

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	7	35	23.3
Setuju	4	12	48	40.0
Ragu-ragu	3	11	33	36.7
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	116	100

Sumber : Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 4.4. di atas tentang indikator sosialisasi yang digunakan berupa sosialisasi tidak langsung melalui media berupa booklet atau leaflet yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 11 orang

yang menyatakan sangat setuju atau 23.3% diberi bobot 35 dan 12 orang yang menyatakan setuju atau 40,0% diberi bobot 48 serta 11 orang yang menjawab ragu-ragu atau 36.7% diberi bobot 33. Tanggapan responden pada indikator diberi skor 116 atau masuk pada kategori tinggi.

Tabel 4.5 Sosialisasi tidak langsung melalui media radio

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	8	40	26.7
Setuju	4	11	44	36.7
Ragu-ragu	3	11	33	36.7
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	117	100

Sumber : Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 4.5. di atas tentang indikator sosialisasi yang digunakan berupa sosialisasi tidak langsung melalui media radio yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 8 orang yang menyatakan sangat setuju atau 26.7% diberi bobot 40 dan 11 orang yang menyatakan setuju atau 36.7% diberi bobot 44 serta 11 orang yang menjawab ragu-ragu atau 36.7% diberi bobot 33. Tanggapan responden pada indikator diberi skor 117 atau masuk pada kategori tinggi.

Berdasarkan jawaban responden yang ada diatas maka rata-rata jawaban

responden untuk variabel X_1 sosialisasi perpajakan sebesar 121 yang menunjukkan bahwa tanggapan responden ada pada kategori tinggi.

4.2.2. Kesadaran Wajib Pajak (X_2)

Berdasarkan hasil tabulasi data diperoleh nilai masing-masing indikator dari variabel Sosialisasi Perpajakan (X_2) menurut jawaban responden berdasarkan tabel 4.5 dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4.6 Kesadaran wajib pajak dengan menghargai ketentuan pajak.

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	17	85	56.7
Setuju	4	13	52	43.3
Ragu-ragu	3	0	0	0
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	137	100

Sumber : Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 4.6. di atas tentang indikator kesadaran wajib pajak yang digunakan berupa menghargai ketetuan pajak yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 17 orang yang menyatakan sangat setuju atau 56.7% diberi bobot 85 dan 13 orang yang menyatakan setuju atau 43.3% diberi bobot 52. Tanggapan responden pada indikator diberi skor 137 atau masuk pada

kategori sangat tinggi.

Tabel 4.7 Kesadaran wajib pajak dengan mengakui ketentuan pajak.

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	17	85	56.7
Setuju	4	13	52	43.3
Ragu-ragu	3	0	0	0
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	137	100

Sumber : Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 4.7. di atas tentang indikator kesadaran wajib pajak yang digunakan berupa mengakui ketetuan pajak yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 17 orang yang menyatakan sangat setuju atau 56.7% diberi bobot 85 dan 13 orang yang menyatakan setuju atau 43.3% diberi bobot 52. Tanggapan responden pada indikator diberi skor 137 atau masuk pada kategori sangat tinggi.

Tabel 4.8 Kesadaran wajib pajak dengan mengetahui ketentuan pajak.

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	17	85	56.7
Setuju	4	13	52	43.3
Ragu-ragu	3	0	0	0
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	137	100

Sumber : Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 4.8. di atas tentang indikator kesadaran wajib pajak yang digunakan berupa mengetahui ketetuan pajak yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 17 orang yang menyatakan sangat setuju atau 56.7% diberi bobot 85 dan 13 orang yang menyatakan setuju atau 43.3% diberi bobot 52. Tanggapan responden pada indikator diberi skor 137 atau masuk pada

kategori sangat tinggi.

Tabel 4.9 Kesadaran wajib pajak dengan menaati ketentuan pajak

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	15	75	50.0
Setuju	4	15	60	50.0
Ragu-ragu	3	0	0	0
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	135	100

Sumber : Data olahan, 2021.

Berdasarkan tabel 4.9. di atas tentang indikator kesadaran wajib pajak yang digunakan berupa menaati ketetuan pajak yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 15 orang yang menyatakan sangat setuju atau 50.0% diberi bobot 75 dan 15 orang yang menyatakan setuju atau 50.0% diberi bobot 60. Tanggapan responden pada indikator diberi skor 135 atau masuk pada kategori sangat tinggi.

Berdasarkan jawaban responden yang ada diatas maka rata-rata jawaban responden untuk variabel X_2 kesadaran wajib pajak sebesar 136 yang menunjukkan bahwa tanggapan responden ada pada kategori sangat tinggi.

4.2.3. kepatuhan wajib pajak (Y)

Berdasarkan hasil tabulasi data diperoleh nilai masing-masing indikator dari variabel lokasi Usaha (Y) menurut jawaban responden berdasarkan tabel 4.9 dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4.10 Kepatuhan wajib pajak dengan sadar akan tanggung jawab

sebagai warga negara

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	11	55	36.7
Setuju	4	18	72	60.0
Ragu-ragu	3	1	3	3.3
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	130	100

Sumber : Hasil olahan data, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 di atas tentang indikator kepatuhan wajib pajak yang digunakan berupa sadar akan tanggung jawab sebagai warga negara yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 11 orang yang menyatakan sangat setuju atau 36.7% diberi bobot 55 dan 18 orang yang menyatakan setuju atau 60.0% diberi bobot 72 serta 1 orang yang menjawab ragu-ragu atau 3.3% diberi bobot 3. Tanggapan responden pada indikator diberi skor 130 atau masuk pada kategori sangat tinggi.

Tabel 4.11 Kepatuhan wajib pajak dengan pelayanan prima

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	9	45	30.0
Setuju	4	13	52	43.3
Ragu-ragu	3	8	24	26.7
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	121	100

Sumber : Hasil olahan data, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 di atas tentang indikator kepatuhan wajib pajak yang digunakan berupa pelayanan prima yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 9 orang yang menyatakan sangat setuju atau 30.0% diberi bobot 45 dan 13 orang yang menyatakan setuju atau 43.3% diberi bobot 52 serta 8 orang yang menjawab ragu-ragu atau 26.7% diberi bobot 24. Tanggapan

responden pada indikator diberi skor 121 atau masuk pada kategori tinggi.

Tabel 4.12 Kepatuhan wajib pajak dengan mendaftarkan diri secara sukarela

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	5	25	16.7
Setuju	4	12	48	40.0
Ragu-ragu	3	11	33	36.7
Tidak setuju	2	2	4	6.7
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	110	100

Sumber : Hasil olahan data, 2021.

Berdasarkan tabel 4.12. di atas tentang indikator kepatuhan wajib pajak yang digunakan berupa mendaftarkan diri secara sukarela yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 5 orang yang menyatakan sangat setuju atau 16.7% diberi bobot 25, 12 orang yang menyatakan setuju atau 40.0% diberi bobot 48, 11 orang yang menjawab ragu-ragu atau 36.7% diberi bobot 33 serta 2 orang menjawab tidak setuju atau 6.7% diberi bobot 4. Tanggapan responden pada indikator diberi skor 110 atau masuk pada kategori tinggi.

Tabel 4.13 Kepatuhan wajib pajak dengan melaporkan SPT yang telah diisi tepat waktu

Keterangan	Poin	Frekuensi	Skor	%
Sangat Setuju	5	8	40	26.7
Setuju	4	22	88	73.3
Ragu-ragu	3	0	0	0
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		30	128	100

Sumber : Hasil olahan data, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 di atas tentang indikator kepatuhan wajib pajak yang digunakan berupa melaporkan SPT yang telah diisi tepat waktu yang direspon oleh 30 orang responden, menunjukkan bahwa 8 orang yang menyatakan sangat setuju atau 26.7% diberi bobot 40 dan 22 orang yang menyatakan setuju atau 73.3% diberi bobot 88. Tanggapan responden pada indikator diberi skor 128 atau masuk pada kategori sangat tinggi.

Berdasarkan jawaban responden yang ada diatas maka rata-rata jawaban responden untuk variabel (Y) Kepatuhan wajib pajak sebesar 122 yang menunjukkan bahwa tanggapan responden ada pada kategori tinggi.

4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

4.3.1. Uji Validitas

Tabel 4.14 uji validitas variabel X₁ (Sosialisasi perpajakan).

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
X11	0,510	0,361	0,004	Valid
X12	0,823	0,361	0,000	Valid
X13	0,911	0,361	0,000	Valid
X14	0,761	0,361	0,000	Valid

Sumber : Hasil olah data 2021

Berdasarkan hasil uji validitas untuk item pernyataan variabel Sosialisasi Pepajakan (X1), semua item dinyatakan valid.

Tabel 4.15 uji validitas variabel X₂ (Kesadaran wajib pajak).

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
X21	0,632	0,361	0,000	Valid
X22	0,865	0,361	0,000	Valid
X23	0,818	0,361	0,000	Valid
X24	0,599	0,361	0,000	Valid

Sumber : Hasil olah data 2021

Berdasarkan hasil uji validitas untuk item pernyataan variabel Sosialisasi Pepajakan (X_2), semua item dinyatakan valid.

Tabel 4.16 uji validitas variabel Y_1 (Kepatuhan wajib pajak).

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
Y1	0,715	0,361	0,000	Valid
Y2	0,547	0,361	0,000	Valid
Y3	0,543	0,361	0,000	Valid
Y4	0,620	0,361	0,000	Valid

Sumber : Hasil olah data 2021

Berdasarkan hasil uji validitas untuk item pernyataan variabel Kepatuhan wajib pajak (Y_1), semua item dinyatakan valid.

4.3.2. Uji Realibilitas

Tabel 4.17 uji realibilitas variabel X_1 (Sosialisasi Perpajakan).

Cronbach's alpha	N of item
803	5

Sumber : Hasil olah data 2021

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 sosisilasi perpjakan dapat dikatakan realibel karena nilai koefisien alpha X_1 lebih besar dari 0,06.

Tabel 4.18 uji reliabilitas variabel X_2 (Kesadaran wajib pajak).

Cronbach's alpha	N of item
790	5

Sumber : Hasil olah data 2021

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 Kesadaran wajib pajak dapat dikatakan realibel karena nilai koefisien alpha X_2 lebih besar dari 0,06.

Tabel 4.19 uji reliabilitas variabel Y_1 (Kepatuhan wajib pajak).

Cronbach's alpha	N of item
787	5

Sumber : Hasil olah data 2021

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Y_1 Kepatuhan wajib pajak dapat dikatakan realibel karena nilai koefisien alpha Y_1 lebih besar dari 0,06.

4.3.3. Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat analisis regresi atau uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heterokedasitas, uji autokorelasi dan uji multikolinearitas.

4.3.3.1. Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini uji normalitas akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk melihat normalitas data dapat dilakukan dengan melihat histogram atau *normal probabilitas plot*. Hasil pengujian normalitas data dalam penelitian ini dapat pada table dibawah ini.

Tabel 4.20 Hasil uji normalitas data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Sosialisasi Perpajakan	Kesadaran Wajib Pajak	Kepatuhan Wajib Pajak
N		30	30	30
Normal Parameters ^a	Mean	16.20	18.20	16.30
	Std. Deviation	2.235	1.472	1.932
Most Extreme Differences	Absolute	.138	.173	.228
	Positive	.138	.159	.228
	Negative	-.090	-.173	-.172
Kolmogorov-Smirnov Z		.754	.949	1.251
Asymp. Sig. (2-tailed)		.621	.328	.088
a. Test distribution is Normal.				

Sumber : Hasil olah data 2021

Dari tebel diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig lebih besar dari nilai signifikansi 0,5. maka dengan demikian data masuk kategori terdistribusi normal.

4.3.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Ringkasan hasil output uji multikolinearitas tersaji dalam Tabel 4.21.

Tabel 4.21 hasil uji multikolinearitas

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Sosialisasi Perpajakan	.900	1.111
Kesadaran Wajib Pajak	.900	1.111

Sumber: Hasil olahan data, 2021

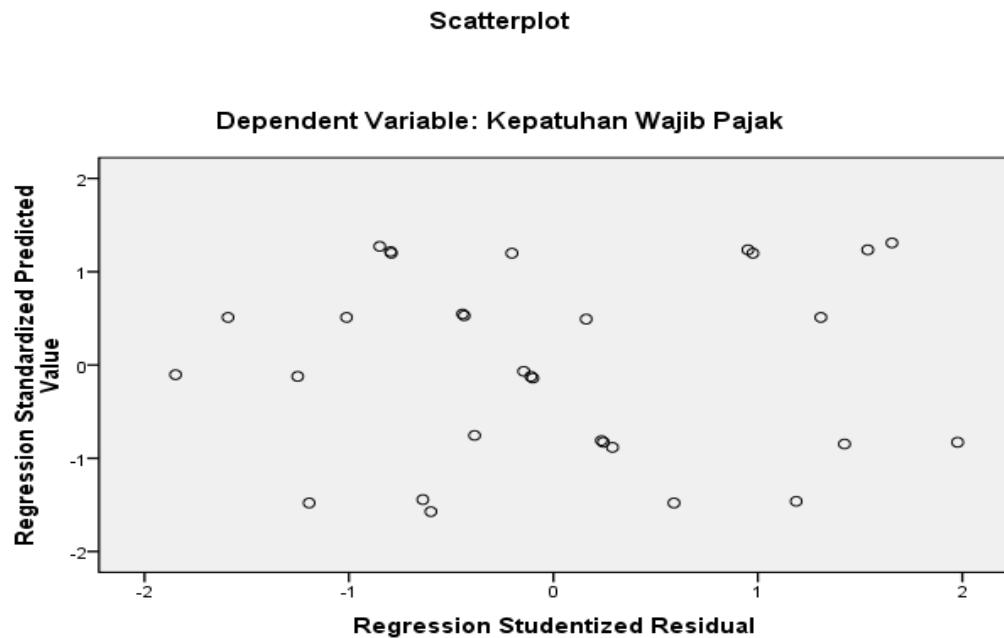
Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* kepatuhan wajib pajak sebesar 0,900, kesadaran wajib pajak sebesar 0,900. Sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kepatuhan wajib pajak sebesar 1,111 dan kesadaran wajib pajak sebesar 1,111

Berdasarkan hasil dari kedua nilai *tolerance* pada variabel indevenden di atas menunjukkan angka lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan angka kurang dari 10,00 berarti tidak ada korelasi antara variabel independen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi antar variabel independen pada penelitian ini.

4.3.3.3. Uji Heteroskedastitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah jika *variance residual* suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap (homokedasitas). Cara untuk mendeteksi heterokedasitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot*. Jika titik-titik membentuk satu pola tertentu maka dapat dikatakan terdapat gejala heterokedasitas. Sebaliknya, Jika titik-titik tersebut menyebar maka tidak terdapat gejala heterokedasitas.

Gambar 4.1. Scatterplot Diagram Uji Heterokedastitas



Berdasarkan Gambar 4.1. tampak bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu y. Sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model penelitian ini.

4.3.3.4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada peride sebelumnya (t-1). Penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson untuk melihat gejala autokorelasi. Ringkasan hasil output uji Durbin-Watson dapat dilihat dalam Tabel 4.22. berikut:

Tabel 4.22 hasil uji autokorelasi.

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	.990

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak

b. Dependent Variable: Kepatuhan wajib pajak.

Sumber : hasil olahan data, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan, tampak bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 0,990. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi tidak mengandung gejala autokorelasi karena angka Durbin-Watson berada diantara -2 dan +2.

4.3.4 Uji Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Motivasi yang terdiri dari sosialisasi perpajakan (X_1), kesadaran wajib pajak (X_2) secara parsial maupun secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini (Selengkapnya ada pada lampiran).

Tabel 4.23 regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta
(Constant)	5.119	
Sosialisasi perpajakan	.016	.019
Kepatuhan wajib pajak	.600	.457

Sumber : Hasil olahan data, 2021.

Model persamaan regresi yang dapat di gambarkan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi standardized adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,119 + 0,016 X_1 + 0,600 X_2 + \epsilon$$

Berdasarkan tabel 4.22. persamaan regresi linear berganda di atas, menunjukkan bahwa nilai konstanta yang disimbolkan α tidak berubah atau konstan tanpa dipengaruhi oleh variabel independen dalam hal ini X_1 dan X_2 pada penelitian ini, maka Y bernilai 5,119. Adapun nilai koefisien regresi untuk variabel sosialisasi perpajakan (X_1) sebesar 0,016 artinya setiap kenaikan satu satuan variabel sosialisasi perpajakan (X_1) akan mempengaruhi variabel kepatuhan wajib pajak sebesar 0,016 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Sedangkan koefisien regresi untuk variabel X_2 sebesar 0,600 memiliki makna bahwa apabila kesadaran wajib pajak (X_2) mengalami kenaikan sebesar 0,600 akan mempengaruhi kenaikan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,600 dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.

**Tabel 4.24 Ringkasan koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square
1	.451 ^a	.204

Predictors: (Constant), kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan

Sumber : Hasil olahan data, 2021

Nilai koefisien determinasi (R^2) pada tabel di atas menunjukkan angka 0,204 atau 20.4 % memiliki makna bahwa variasi naik turunnya variabel kepatuhan wajib pajak (Y) mampu dijelaskan oleh variabel sosialisasi perpajakan (X_1) dan kesadaran wajib pajak (X_2) sebesar 20.4 %. Sedangkan sisanya sebesar 79.6 % ditentukan oleh variabel lain di luar dari model.

4.3.5. Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk menguji hipotesis pertama (H_1), hipotesis kedua (H_2) dan hipotesis ketiga (H_3), dalam penelitian ini, yakni untuk melihat signifikansi pengaruh masing-masing variabel dalam hal ini sosialisasi perpajakan (X_1) dan kesadaran wajib pajak (X_2), terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

Table 4.25 Ringkasan pengujian parsial (uji-t)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	.902	.375
Sosialisasi perpajakan	.102	.919
Kepatuhan wajib pajak	2.524	.018

Sumber : Hasil olahan data, 2021

Uji-t dilakukan untuk membandingkan nilai t_{tabel} dan nilai t_{hitung} pada taraf signifikansi 0,05. Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$), maka hipotesis penelitian diterima. Sebaliknya jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($t_{hitung} < t_{tabel}$), maka hipotesis penelitian ditolak. Adapun nilai t_{tabel} untuk $\alpha = 5\%$, sedangkan nilai t -tabel diperoleh sebesar 1,697.

Uji signifikansi juga dapat dilihat dari nilai signifikansi koefisien regresi. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis penelitian dapat diterima. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hipotesis penelitian ditolak.

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Pengaruh sosialisasi perpajakan (X1) dispesifikasikan dalam hipotesis pertama (H_1) yaitu:

H_1 : sosialisasi perpajakan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha pemilik usaha di Kecamatan Marisa.

Berdasarkan perhitungan analisis regresi berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,102. Nilai ini lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,697. ($t_{hitung} < t_{tabel}$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,919. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan sosialisasi secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha pemilik usaha di Kecamatan Marisa tidak sepenuhnya diterima karena nilai signifikansi yang di dapatkan di atas 0,05.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Pengaruh kesadaran wajib pajak dispesifikasikan dalam hipotesis kedua (H_2) yaitu:

H_2 : kesadaran wajib pajak secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha pemilik usaha di Kecamatan Marisa.

Berdasarkan perhitungan analisis regresi berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,524. Nilai ini lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,697 ($t_{hitung} < t_{tabel}$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,018. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan kesadaran wajib pajak secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha pemilik usaha di Kecamatan Marisa tidak sepenuhnya di terima karena nilai

signifikansi yang di dapatkan di atas 0,05.

4.3.6. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Pengujian hipotesis uji-F digunakan untuk melihat pengujian signifikansi koefisien regresi secara bersama-sama atau secara keseluruhan (*Testing The Overall Significance of Regression*). Pengujian hipotesis Uji-F dilihat melalui uji ANOVA yang digunakan untuk membandingkan tingkat signifikansi dengan (*probability value*) yang ditetapkan untuk penelitian ini dengan *probability value* hasil penelitian. Hasil regresi dari Uji-F dapat dilihat pada Tabel 4.18. berikut.

Tabel 4.26 Hasil regresi Uji-F

Anova^b		
Model	F	Sig.
1 Regression	3.455	.046 ^a
Residual		
Total		

A. Predictors: (Constant), sosialisasi, kesadaran.

B. Dependent Variable: kepatuhan

Sumber : Hasil olahan data, 2021

Pengujian terhadap hipotesis ketiga yaitu pengaruh variabel indepeden terhadap variabel dependen secara simultan menggunakan uji F.

H₃ : sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa.

Berdasarkan perhitungan analisis regresi berganda diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 3,455 Nilai ini lebih besar dari nilai f_{tabel} sebesar 2,92 ($f_{hitung} > f_{tabel}$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,046. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha di Kecamatan Marisa sepenuhnya di terima karena nilai signifikansi yang di dapatkan di bawah 0,05.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang ada maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan (X_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha pemilik usaha.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, menunjukkan bahwa variabel Kesadaran wajib pajak (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan wajib pajak pemilik usaha pemilik usaha.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan, menunjukkan bahwa variabel sosialisasi perpajakan (X_1) dan kesadaran wajib pajak (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan wajib pajak pemilik usaha pemilik usaha.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat direkomendasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dasar oleh KP2KP Pohuwato dalam peningkatan kepatuhan wajib pajak pemilik usaha pemilik usaha di Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato.

2. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberi kesadaran kepada masyarakat pemilik usaha di Kecamatan Marisa agar lebih patuh dalam menjalankan kewajibannya sebagai warga negara yaitu membayar pajak.
3. Kepada para peneliti selanjutnya, agar meneliti variabel lain yang dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak pemilik usaha dan juga memperluas cakupan penelitiannya bukan hanya pada pemilik usaha pemilik usaha di Kecamatan Marisa tetapi pada pemilik usaha pemilik usaha di kecamatan lain yang ada di Kabupaten Pohuwato.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam. Mohammad choirul dkk. 2017. *Pengaruh kesadaran wajib pajak, pelayanan fiskus dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha dan pekerjaan bebas sebagai variabel intervening.* Skripsi, Universitas Pandanaran Semarang : Semarang.
- Andyastuti, Listiana., Topowijono, Achmad Husaini. (2013).*Pengaruh Penyuluhan, Pelayanan, Pemeriksaan, dan Sanksi Terhadap Kepatuhan Penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan Orang Pribadi,* (Studi Kasus Pada Kantor PelayananPajak Pratama Malang Utara). Jurnal Ilmu Administrasi. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya Malang.
- Ariestra Putri. Ristri . (2017).*Pengaruh kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan,sistem admintrasi perpajakan modern, pengetahuan korupsi, dan tax amnesty terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Semarang Candisari* : Skripsi, Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Dharma. Gede pani esa dan Suardana. Ketut alit. 2014. *Pengaruh kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan pada kepatuhan wajib pajak.* Universitas Udayana : Bali
- Eliana. 2018 *Pengaruh kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pada kantor samsat kota banda aceh (studi pada kantor samsat kota banda aceh)*. ISSN 2579-5635 p-ISSN 2460-5891
- Heriyanto. Marisa dan Toly. Agusarianto. 2013. *Pengaruh kesadaran pajak, kegiatan sosialisasi perpajakan dan pemeriksaan pajak terhadap penerimaan pajak penghasilan di KPP Pratama Surabaya Sawahan.*
- Juliana. Aristra Verawati. 2013. *Pengaruh kinerja keuangan terhadap return saham : Universitas Pendidikan Indonesia* : Bandung.
- MBA. Mardiasmo, 2006. *Perpajakan* : ANDI : Yogyakarta.

- Nugroho. Aditya Dkk, 2016. *Pengaruh kesadaran wajib pajak dan pengetahuan perpajakan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak penghasilan* (studi kasus pada KPP Semarang Candi).
- Nuralimahh. Siti, 2019. *Pengaruh Fungsi Pengawasan Terhadap Efektivitas Pengelolaan Alokasi Dana Desa* : Skripsi, Stie Icshan Pohuwato : Pohuwato.
- PED. Gede. Dkk. 2014. *Jurnal pengaruh kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan , kualitas pelayanan pada kepatuahn wajib pajak*. Universitas Udayana : Bali.
- Puspita. Erna, 2016 . *Analisis jalur pengaruh sosialisasi terhadap kepatuhan wajib pajak bumi dan bangunan kota kediri dengan kesadaran sebagai variabel intervening* : Universitas PGRI : Kediri.
- Pauji. Maulana Rahman. 2014. *Pengaruh kecukupan modal dan profitabilitas terhadap penyaluran kredit* : Universitas Pendidikan Indonesia : Bandung.
- Rahayu. Nuralita, 2017. *Jurnal Pengaruh pengetahuan perpajakan, ketegasan sanksi pajak, dan tax amnesty terhadap kepatuhan wajib pajak pemilik usaha ..*
- Susilawati. Ketut evi dan Budiartha. Ketut. 2013. *Pengaruh kesadaran wajib pajak, pengetahuan pajak, sanksi perpajakan dan akuntabilitas pelayanan publik pada kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor* : Universitas Udayana : Bali.
- Sugiono. 2018. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Alfabeta: Bandung.
- Nugroho. Aditya Dkk, 2016. *Pengaruh kesadaran wajib pajak dan pengetahuan perpajakan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak penghasilan* (studi kasus pada KPP Semarang Candi).
- Rahayu. Sri dan Salsalina. Ita Lingga. 2009. *Pengaruh moderiniasi sistem admintrasi perpajakan terhadap kepaatuhan wajib pajak*. Universitas Kristen Maranatha. Bandung.
- Sekaran. Uma (2006), *Metedeologi Penelitian Untuk Bisnis Buku I Edisi 4*. Jakarta : Salemba Empat.
- Undang-Undang Pasal 23 A UUD 1945 Tentang pajak.

JADWAL PENELITIAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Masyarakat Pemilik Usaha Di Kecamatan Marisa.

Deskriptif Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Alamat :

NamaToko/kios :

Pilihan salah satu alternative jawaban untuk setiap pertanyaan berdasarkan pendapat ada dengan menggunakan tanda (✓) atau (x). Setiap pertanyaan terdiri dari 5 pilihan jawaban :

SS : Sangatsetuju

S: Setuju

R: Ragu

TS: Tidaksetuju

STS : Sanagattidaksetuju

A.Sosialisasi Perpajakan.

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Dengan melakukan sosialisasi langsung atau bertemu langsung dengan wajib pajak, wajib pajak akan patuh untuk membayar pajak.					
2.	Dengan melakukan sosialisasi tidak langsung atau melalui televisi akan membuat wajib pajak patuh membayar pajak.					
3.	Dengan sosialisasi tidak langsung melalui booklet dan leaflet perpajakan akan membuat wajib pajak untuk patuh membayar pajak					
4.	Dengan melakukan sosialisasi tidak langsung atau melalui radio akan membuat wajib pajak patuh membayar pajak.					

B. Kesadaran wajib pajak

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Menghargai ketentuan pajak dapat membuat saya patuh terhadap kewajiban membayar pajak.					
2.	Mengakui ketentuan pajak dapat membuat saya patuh terhadap kewajiban membayar pajak.					
3.	Mengetahui ketentuan pajak dapat membuat saya patuh akan kewajiban membayar pajak.					
4.	Mentaati ketentuan pajak dapat membuat saya patuh terhadap kewajiban membayar pajak.					

C. Kepatuhan wajib pajak.

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Dengan sadar akan taggung jawab sebagai warga negara dapat membuat seorang taat membayar pajak.					
2.	Dengan pelayan prima dari kantor perpajakan akan membuat masyarakat sadar dengan tanggung jawab membayar pajak.					
3.	Untuk mendapatkan npwp saya mendaftarkan diri secara sukarela di KP2KP					
4.	Saya selalu melaporkan SPT yang telah diisi tepat waktu					

Lampiran 2 : Hasil Tabulasi Data

Sosialisasi Perpajakan X₁

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Jumlah
1	5	5	4	4	18
2	4	4	4	4	16
3	5	5	5	4	19
4	5	5	5	5	20
5	5	4	4	3	16
6	5	5	3	3	16
7	4	3	4	4	15
8	5	3	3	3	14
9	5	5	4	4	18
10	5	4	4	4	17
11	5	5	5	5	20
12	4	4	5	5	18
13	4	3	3	3	13
14	4	3	4	4	15
15	4	3	3	3	13
16	5	4	3	3	15
17	4	4	3	3	14
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	5	17
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16
22	4	5	4	4	17
23	5	3	3	3	14
24	4	4	3	3	14
25	4	4	3	3	14
26	4	4	5	5	18
27	5	5	5	5	20
28	4	4	4	4	16
29	3	3	3	5	14
30	4	3	3	3	13

Kesadaran Wajib Pajak X₂

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah
1	4	4	4	4	16
2	5	5	5	5	20
3	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20
5	5	4	4	4	17
6	5	5	5	5	20
7	4	4	4	5	17
8	5	5	5	5	20
9	4	4	4	4	16
10	5	4	5	4	18
11	4	4	5	5	18
12	5	5	4	4	18
13	4	4	4	4	16
14	5	5	5	5	20
15	5	4	4	4	17
16	4	5	5	5	19
17	5	5	4	5	19
18	4	5	5	4	18
19	5	4	4	4	17
20	4	4	4	5	17
21	5	5	5	4	19
22	4	5	5	4	18
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	4	19
25	4	5	5	5	19
26	5	5	5	5	20
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	5	17
29	5	5	5	5	20

30	5	5	5	4	19
----	---	---	---	---	----

Kepatuhan Wajib Pajak Y

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Jumlah
1	4	4	4	4	16
2	5	5	4	5	19
3	5	4	4	4	17
4	5	5	5	5	20
5	4	5	5	5	19
6	5	5	5	5	20
7	5	5	4	4	18
8	3	3	5	5	16
9	4	3	2	4	13
10	4	4	4	4	16
11	4	4	3	5	16
12	4	3	2	4	13
13	4	3	3	4	14
14	4	4	4	4	16
15	5	4	3	4	16
16	4	4	4	4	16
17	4	3	3	4	14
18	5	4	3	4	16
19	4	3	4	5	16
20	4	4	3	4	15
21	4	4	4	4	16
22	4	3	3	4	14
23	5	5	3	4	17
24	5	5	5	4	19
25	4	4	3	4	15
26	4	4	4	4	16
27	4	3	3	4	14
28	4	4	4	4	16
29	5	5	4	5	19

30	5	5	3	4	17
----	---	---	---	---	----

Lampiran 3 : Hasil Olahan Data

Regression

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	3.3	3.3	3.3
4	16	53.3	53.3	56.7
5	13	43.3	43.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: kepatuhan wajib pajak

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.451 ^a	.204	.145	1.787

a. Predictors: (Constant), kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	22.069	2	11.035	3.455	.046 ^a
Residual	86.231	27	3.194		
Total	108.300	29			

a. Predictors: (Constant), kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan

b. Dependent Variable: kepatuhan wajib pajak

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.119	5.676		.902	.375
sosialisasi perpajakan	.016	.157	.019	.102	.919
kesadaran wajib pajak	.600	.238	.457	2.524	.018

a. Dependent Variable: kepatuhan wajib pajak

x11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	3.3	3.3	3.3
4	16	53.3	53.3	56.7
5	13	43.3	43.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

x12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	8	26.7	26.7	26.7

4	13	43.3	43.3	70.0
5	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

x13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	36.7	36.7	36.7
	4	12	40.0	40.0	76.7
	5	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

x14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	36.7	36.7	36.7
	4	11	36.7	36.7	73.3
	5	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

x21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	13	43.3	43.3	43.3
	5	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

x22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	13	43.3	43.3	43.3
	5	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

x23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	13	43.3	43.3	43.3
	5	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

x24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	15	50.0	50.0	50.0
	5	15	50.0	50.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Statistics

		y1	y2	y3	y4	kepatuhan wajib pajak
N	Valid	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0

y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	3.3	3.3	3.3
	4	18	60.0	60.0	63.3
	5	11	36.7	36.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

y2

		Frequency	Skor	Percent
Valid	3	8		26.7
	4	13		43.3
	5	9		30.0
	Total	30		100.0

y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	6.7	6.7	6.7
	3	11	36.7	36.7	43.3
	4	12	40.0	40.0	83.3
	5	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	22	73.3	73.3	73.3
	5	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

kepatuhan wajib pajak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13	2	6.7	6.7	6.7
	14	4	13.3	13.3	20.0
	15	2	6.7	6.7	26.7
	16	12	40.0	40.0	66.7

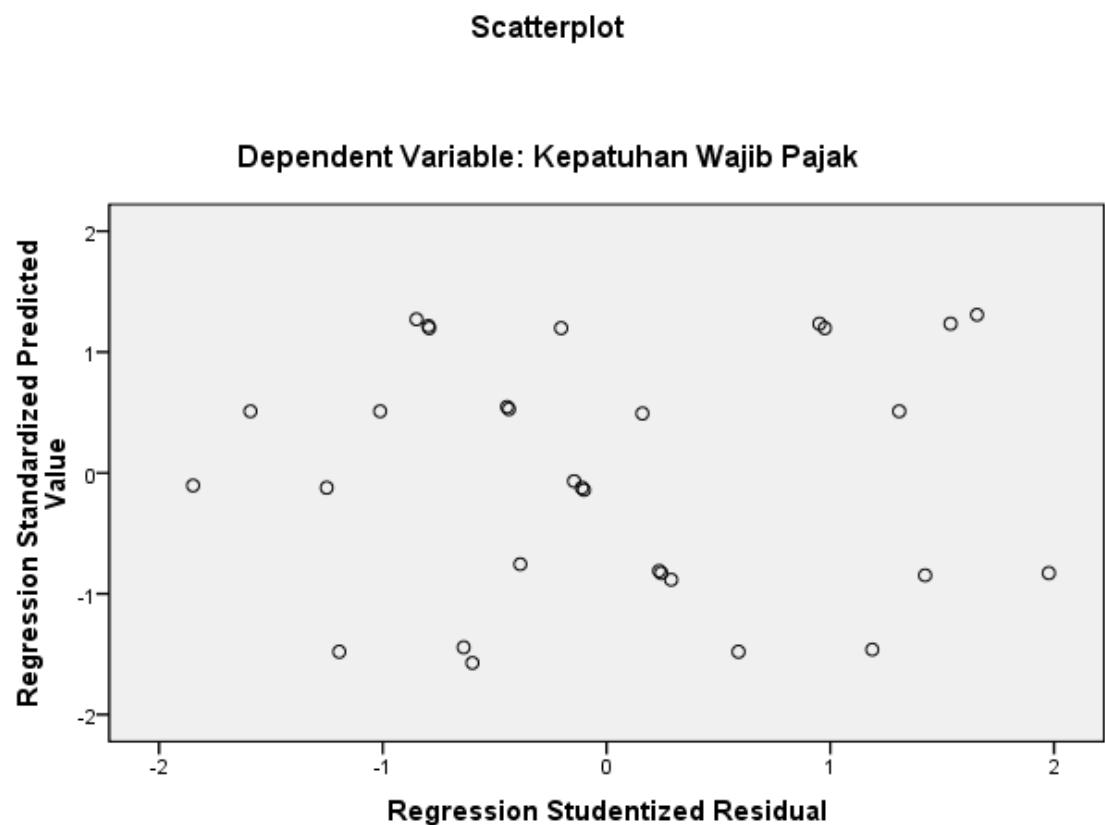
17	3	10.0	10.0	76.7
18	1	3.3	3.3	80.0
19	4	13.3	13.3	93.3
20	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

sosialisasi perpajakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13	3	10.0	10.0	10.0
	14	6	20.0	20.0	30.0
	15	3	10.0	10.0	40.0
	16	6	20.0	20.0	60.0
	17	3	10.0	10.0	70.0
	18	4	13.3	13.3	83.3
	19	1	3.3	3.3	86.7
	20	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

kesadaran wajib pajak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	5	16.7	16.7	16.7
	17	6	20.0	20.0	36.7
	18	5	16.7	16.7	53.3
	19	6	20.0	20.0	73.3
	20	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	



Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

.803	5
------	---

Correlations

		Y11	Y12	Y13	Y14	Kepatuhan Wajib Pajak
Y11	Pearson Correlation	1	.715**	.100	.047	.620**
	Sig. (2-tailed)		.000	.600	.806	.000
	N	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.715**	1	.498**	.274	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.143	.000
	N	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	.100	.498**	1	.515**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.600	.005		.004	.000
	N	30	30	30	30	30
Y14	Pearson Correlation	.047	.274	.515**	1	.579**
	Sig. (2-tailed)	.806	.143	.004		.001
	N	30	30	30	30	30
Kepatuhan Wajib Pajak	Pearson Correlation	.620**	.879**	.782**	.579**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30

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

Correlations

		Sosialisasi Perpajakan	X11	X12	X13	X14
Sosialisasi Perpajakan	Pearson Correlation	1	.510**	.823**	.911**	.761**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X11	Pearson Correlation	.510**	1	.528**	.284	-.061
	Sig. (2-tailed)	.004		.003	.128	.749
	N	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.823**	.528**	1	.589**	.399*
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.001	.029
	N	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.911**	.284	.589**	1	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.128	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.761**	-.061	.399*	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.749	.029	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		Kesadaran Wajib Pajak	X21	X22	X23	X24
Kesadaran Wajib Pajak	Pearson Correlation	1	.632**	.865**	.818**	.599**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X21	Pearson Correlation	.632**	1	.457*	.321	.067
	Sig. (2-tailed)	.000		.011	.083	.724
	N	30	30	30	30	30
X22	Pearson Correlation	.865**	.457*	1	.729**	.336
	Sig. (2-tailed)	.000	.011		.000	.069
	N	30	30	30	30	30
X23	Pearson Correlation	.818**	.321	.729**	1	.336
	Sig. (2-tailed)	.000	.083	.000		.069
	N	30	30	30	30	30
X24	Pearson Correlation	.599**	.067	.336	.336	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.724	.069	.069	
	N	30	30	30	30	30

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

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

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Sosialisasi Perpajakan	Kesadaran Wajib Pajak	Kepatuhan Wajib Pajak
N		30	30	30
Normal Parameters ^a	Mean	16.20	18.20	16.30
	Std. Deviation	2.235	1.472	1.932
Most Extreme Differences	Absolute	.138	.173	.228
	Positive	.138	.159	.228
	Negative	-.090	-.173	-.172
Kolmogorov-Smirnov Z		.754	.949	1.251
Asymp. Sig. (2-tailed)		.621	.328	.088
a. Test distribution is Normal.				

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.451 ^a	.204	.145	1.787	.990

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan

b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.119	5.676		.902	.375		
Sosialisasi Perpajakan	.016	.157	.019	.102	.919	.900	1.111
Kesadaran Wajib Pajak	.600	.238	.457	2.524	.018	.900	1.111

a. Dependent Variable: Kepatuhan

Wajib Pajak



KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
KANTOR WILAYAH DJP SULAWESI UTARA, TENGAH,
GORONTALO DAN MALUKU UTARA
KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA GORONTALO
KANTOR PELAYANAN PENYULUHAN DAN KONSULTASI PERPAJAKAN
MARISA

Desa Teratai Kec. Marisa - Kab. Pohuwato Kotak Pos 23
 Telepon : (0443) 210285; Fax : (0443) 210285; KringPajak : 1509200
 Homepage <http://www.pajak.go.id>; email pengaduan@pajak.go.id

Nomor : S - 31 /WP.J.16/PPK.04/2021
 lampiran : -
 Hal : Balasan surat izin penelitian

01 Juli 2020

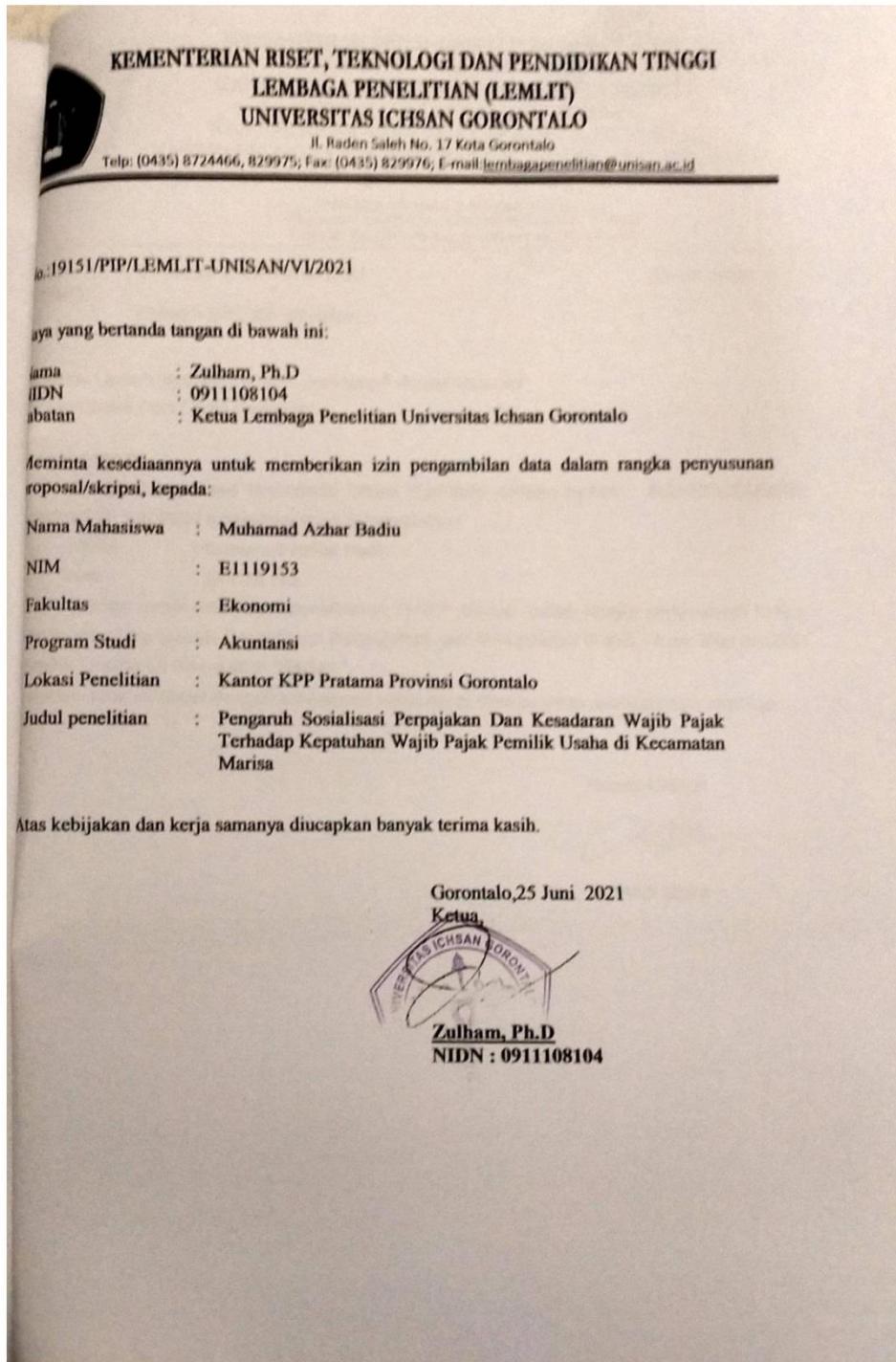
I.Ih.Ketua Lemlit Universitas Ichsan Gorontalo Fakultas Ekonomi
 II.Raden Saleh No.17 Kota Gorontalo

Dengan hormat,
 Menindak lanjuti surat dari Universitas Ichsan Gorontalo dengan Nomor : 005/LEMLIT/V/2020
 bertanggal 30 Jun 2020 mahasiswa yang bersangkutan :

Nama : Muhamad Azhar Badi'u
 NIM : E11.19.153
 telah diizinkan untuk melakukan penelitian di KP2KP Marisa dalam rangka penyusunan Skripsi
 dengan judul "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak Masyarakat
 Terhadap Kehidupan Pemilik Usaha Di Kecamatan Marisa".
 Demikian surat ini dibuat dengan setenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepala KP2KP,

AHMAD SINAI





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
UNIVERSITAS ICHSAN^{TEKNOLOGI}
(UNISAN) GORONTALO**

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI
No. 0903/UNISAN-G/S-BP/XI/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN	:	0906058301
Unit Kerja	:	Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasiswa	:	MUHAMAD AZHAR BADIU
NIM	:	E1119153
Program Studi	:	Akuntansi (S1)
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi
Judul Skripsi	:	PENGARUH SOSIALISASI

PERPAJAKAN DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP
KEPATUAHN WAJIB PAJAK MASYARAKAT DI KECMATAN
MARISA

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 34%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujiankan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 13 November 2021

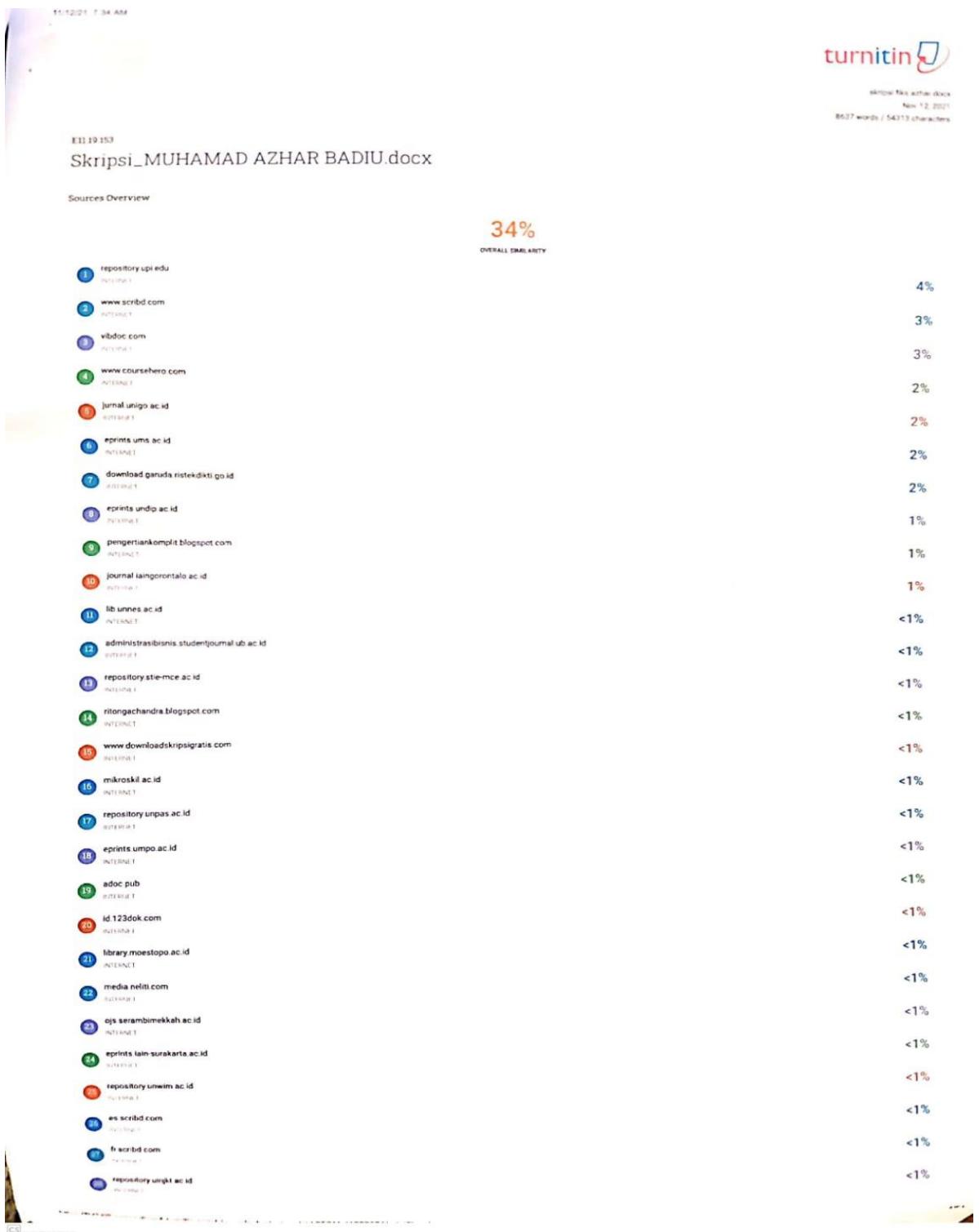
Tim Verifikasi,

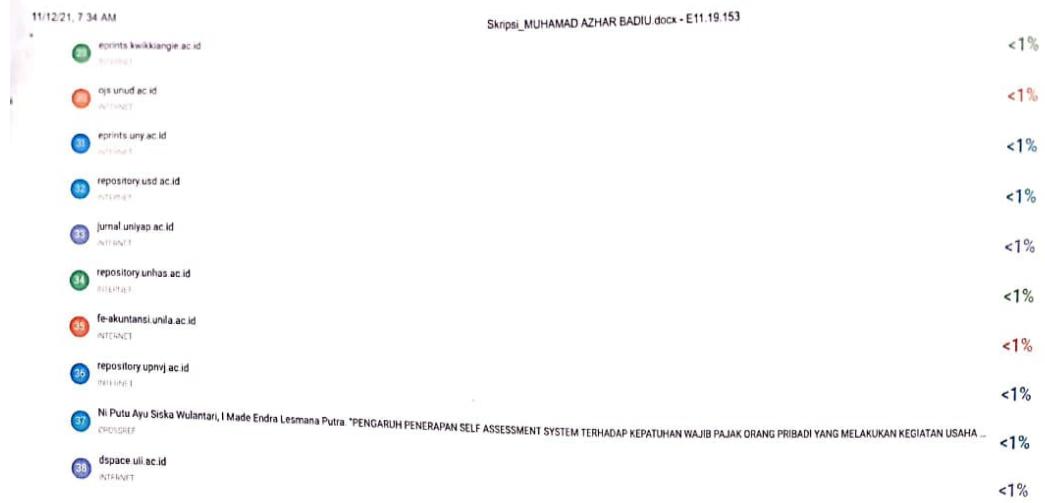


Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN. 0906058301

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing





Excluded search repositories:

- Submitted Works

Excluded from document:

- Bibliography
- Quotes
- Small Matches (less than 20 words)

Excluded sources:

- None

CURRICULUM VITAE

1. Identitas Pribadi



Nama	:	Muhamad Azhar Badiu
NIM	:	E11.19.153
Tempat/Tgl Lahir	:	Pattemarilaleng, 30 Juli 1999
Jenis Kelamin	:	Laki-laki
Angkatan	:	2019
Fakultas	:	Ekonomi
Jurusan	:	Akuntansi
Agama	:	Islam
Alamat	:	Desa Buntulia Utara, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato.

2. Riwayat Pendidikan

1. Menyelesaikan Pendidikan pada jenjang Sekolah Dasar di SDN Buntulia Jaya pada tahun 2011.
2. Kemudian melanjutkan ke jenjang selanjutnya Yakni di Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Pammana dan Lulus Pada tahun 2014.
3. Kemudian Melanjutkan ke jenjang berikutnya yakni di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Buntulia dan Lulus pada Tahun 2017.
4. Dan kemudian melanjutkan ke jenjang berikutnya yakni di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ichsan Pohuwato (STIE Ichsan Pohuwato) dengan Jurusan Akuntansi Kemudian Pada tahun 2019 di konfersi ke Universitas Ichsan Gorontalo dan Allhamdulillah pada tahun 2021 telah menyelesaikan pendidikan di Universitas Ichsaan Gorontalo.