



## **PENGARUH RELIGIUSITAS, KESADARAN PAJAK, PERSEPSI TERHADAP KORUPSI, KUALITAS PELAYANAN FISKUS DAN SOSIALISASI MELALUI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK**

Jenny Fransiska<sup>1</sup>, Yosevin Karnawati<sup>2</sup>

[jfransiska012@student.esaunggul.ac.id](mailto:jfransiska012@student.esaunggul.ac.id)<sup>1</sup>, [yosevin.karnawati@esaunggul.ac.id](mailto:yosevin.karnawati@esaunggul.ac.id)<sup>2</sup>

Universitas Esa Unggul

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh religiusitas, kesadaran pajak, persepsi terhadap korupsi, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi melalui sosial media terhadap kepatuhan wajib pajak. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni metode Non Probability Sampling yaitu random sampling dimana anggota sampel yang dipilih secara acak yang berada di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Grogol Petamburan. Sampel diambil dengan cara penyebaran angket pada 116 responden yang dipilih dari hasil data angket yang sudah terkumpul di Google Form sesuai karakteristik responden yang telah ditetapkan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear berganda, dengan variabel bebas, yaitu religiusitas, kesadaran wajib pajak, persepsi terhadap korupsi, kualitas pelayanan pajak, dan sosialisasi melalui sosial media dan variabel terikat kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan religiusitas dan persepsi terhadap korupsi terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, dan sosialisasi melalui sosial media tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan nilai Adjusted R-squared yang diperoleh sebesar 0.444, artinya variabel religiusitas, kesadaran wajib pajak, persepsi terhadap korupsi, kualitas pelayanan pajak, dan sosialisasi melalui sosial media mampu memengaruhi variabel kepatuhan wajib pajak sebesar 44.4%.

**Kata Kunci:** *Kepatuhan Wajib Pajak, Kesadaran Pajak, Persepsi Terhadap Korupsi, Kualitas Pelayanan Fiskus, Religiusitas, Sosialisasi Melalui Sosial Media.*

**Abstract:** *The aim of this research is to analyze and obtain empirical evidence regarding the influence of religiosity, tax awareness, perception of corruption, quality of tax services, and socialization through social media on taxpayer compliance. The sampling technique used is the non-probability sampling method, namely random sampling, where sample members are randomly selected at the Jakarta Grogol Petamburan Primary Tax Service Office. The sample was taken by distributing a questionnaire to 116 respondents, who were selected from the results of the questionnaire data that had been collected on Google Form according to the determined characteristics of the respondents. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis, with the independent variables being religiosity, taxpayer awareness, perception of corruption, quality of tax services, and socialization through social media, and the dependent variable being taxpayer compliance. The research results show that there is a significant influence of religiosity and perception of corruption on taxpayer compliance. Meanwhile, taxpayer awareness, service quality, and socialization via social media have no influence on taxpayer compliance. With the Adjusted R-squared value obtained at 0.444, this means that the variables of religiosity, taxpayer awareness, perception of corruption, quality of tax services, and socialization through social media are able to influence the taxpayer compliance variable by 44.4%.*

**Keywords:** *Taxpayer Compliance, Tax Awareness, Perception Of Corruption, Tax Service Quality,*

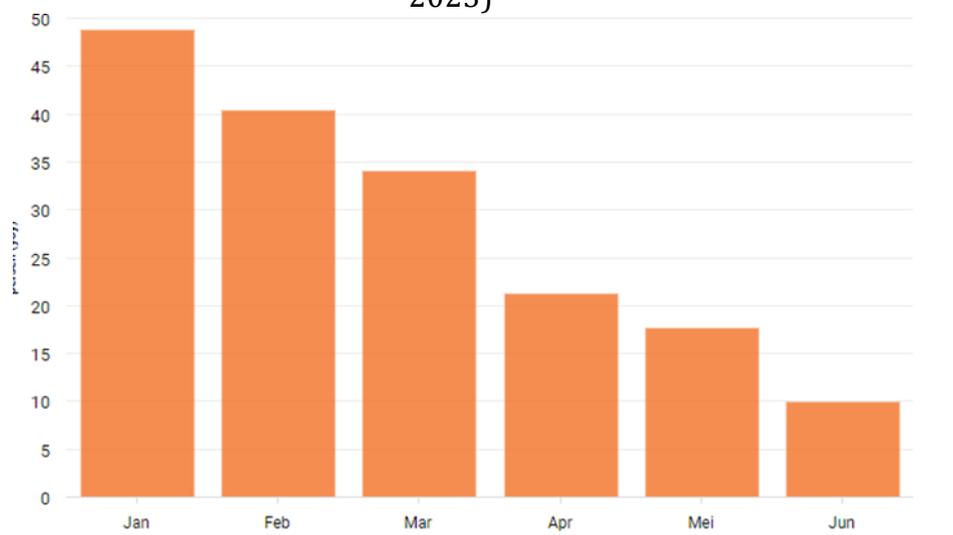
*Religiosity, and Socialization Through Social Media.*

## **PENDAHULUAN**

Pajak adalah hal yang amat mendasar dan pemungutannya harus didasarkan pada peraturan perundang-undangan (Pranata & Setiawan, 2015). Namun bagi wajib pajak, pajak seringkali dirasakan sebagai beban, baik bagi perseorangan ataupun badan usaha. Penumbuhan tingkat kesadaran masyarakat sebagai wajib pajak merupakan titik berat dalam mencapai keberhasilan reformasi perpajakan. Wajib pajak dituntut untuk melakukan perwujudan pengabdian dan berperan bersama- sama secara langsung dalam menjalankan dan bertanggung jawab atas pelaksanaan pajak nasional (Wicaksono, 2016). Salah satu cara pemerintah melakukan kegiatan pengaturan adalah dengan menggunakan instrumen pajak, dimana pajak merupakan penerimaan negara terbesar dibandingkan dengan sektor lain.

Tren Pertumbuhan Kumulatif Penerimaan Pajak Per Bulan (Januari-Juni 2023) disajikan pada Gambar 1.1 :

Tabel 1. 1 Tren Pertumbuhan Kumulatif Penerimaan Pajak Per Bulan (Januari-Juni 2023)



Sumber : Cindy Mutia Annur (2023)

Penerimaan pajak negara pada semester I-2023 mencapai Rp970,2 triliun. Jumlah ini tumbuh 9,9% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Pertumbuhan penerimaan pajak negara pada Januari 2023 masih tumbuh 48,7% secara tahunan (yoy). Kemudian, pertumbuhannya terus menurun seperti grafik di atas sampai pada periode Januari-Juni 2023 yang hanya tumbuh 9,9% (yoy) (Annur, 2023). Pemerintah memiliki kekuasaan dalam mengatur penerimaan pajak guna memenuhi pengeluaran negara dan regulasi untuk menghindari kesenjangan dan tercapainya keadilan di Indonesia. Kekuasaan yang diemban oleh pemerintah inilah yang tengah menjadi perbincangan dikalangan masyarakat dimana banyak terjadi kasus korupsi dan penggelapan pajak beredar luas. Dahulu, tahun 1998 Presiden Soeharto yang menggelapkan \$ 15 sampai \$ 35.000.000.000 dari kas negara (Endowment, 2010). Menurut Sari dalam (Tahar & Rachman, 2014) bulan April tahun 2010, seorang oknum pajak yang bernama Gayus Tambunan menjadi tersangka korupsi senilai 102 miliar rupiah dengan gratifikasi sebesar 2 miliar rupiah dan pencucian uang sebesar 74 miliar rupiah. Selain itu terdapat kasus dua oknum/aparat pajak dengan inisial MDI dan ED, pada bulan Mei 2013 yang terdeteksi melakukan penggelapan pajak sebesar 2,3 miliar rupiah menjadikan suatu

momok bagi Direktorat Jendral Pajak untuk menciptakan kepercayaan kepada rakyat mengenai oknum pajak sehingga kembalipercaya dan patuh dalam membayar pajak (Lismawati., 2013).

Penerimaan pajak sesuai dengan yang telah ditargetkan dapat tercapai apabila Wajib Pajak mau memenuhi kewajiban perpajakannya. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan, menyebutkan bahwa Wajib Pajak merupakan orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

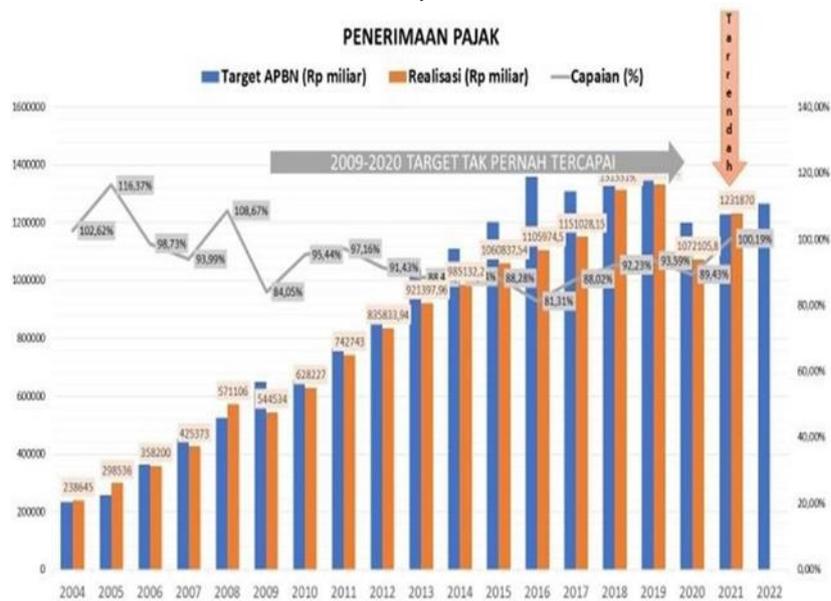
Belum sampai penghujung tahun 2021, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah dapat merealisasikan target penerimaan pajak. Sampai dengan tanggal 26 Desember 2021, realisasi penerimaan pajak neto telah melebihi target dalam APBN Tahun Anggaran 2021. Realisasi penerimaan pajak neto sebesar Rp1.231,87 triliun atau 100,19% dari target yang diamanatkan dalam APBN TA 2021 sebesar Rp1.229,6 triliun, bertumbuh lebih dari 16%. Di APBN 2021, penerimaan pajak ditargetkan sebesar Rp1.229,6 triliun atau lebih tinggi 14,7% dari realisasi penerimaan pajak tahun 2020. Dengan rincian, Pajak Penghasilan (PPh) ditargetkan Rp638 triliun, lebih tinggi 15,1% dari realisasinya tahun 2020 dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah PPnBM ditargetkan Rp518,5 triliun, lebih tinggi 15,1% dari realisasinya tahun 2020. Dengan target sebesar itu, penerimaan pajak akan berkontribusi sebesar 44,7% dari total APBN 2021. Dari data tersebut, sangat jelas terukur dan terstruktur bahwa target penerimaan tidak diturunkan bahkan mengalami kenaikan 14,7% dari tahun 2020 walaupun sangat moderat. Realisasi penerimaan pajak 2021, tercapai setelah menunggu 12 tahun (setelah tahun 2008, target penerimaan pajak tidak pernah tercapai). Hal tersebut jelas merupakan momentum pencapaiannya yang bersejarah dan luar biasa, ditengah kondisi perekonomian dalam masa pemulihan ekonomi akibat dampak dari pandemi Covid-19.

Kontributor utama tercapainya penerimaan pajak berasal dari 138 KPP di tujuh Kantor Wilayah DJP. Realisasi penerimaan neto 2021 terutama berasal dari penerimaan PPh dan PPN/PPnBM, dimana masing-masing secara nominal berkontribusi sebesar 55,48 persen dan 41,91 persen terhadap total penerimaan pajak. Apabila kita kupas lebih mendalam dan detail, sebagian besar jenis pajak mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan (reborn), seiring dengan meningkatnya pemulihan aktifitas ekonomi, terutama semakin meningkatnya kinerja beberapa sektor usaha seperti sektor pertambangan bertumbuh 59,1% perdagangan 28,3%, informasi dan telekomunikasi 16,4%, industri pengolahan 16,9% dan transportasi-pergudangan 7,6%. Artinya, dapat dikatakan bahwa realisasi penerimaan pajak bukan semata merupakan berkah dari durian runtuh (blessing in disguise) namun juga merupakan korelasi positif dengan adanya pertumbuhan ekonomi dan pastinya hasil dari kinerja dari DJP.

Penerimaan dari komponen PPh Nonmigas secara nominal didukung terutama oleh sub komponen penerimaan dari PPh Pasal 25/29 Badan bertumbuh 21%, PPh Pasal 22 Impor 36,66%, PPh Pasal 26 27%, PPh Pasal 21 3,4% PPh Orang Pribadi 5,0% dan PPh Final yang memberikan kontribusi sekitar 8,99% namun masih mengalami kontraksi pertumbuhan -1%. Kinerja komponen penerimaan PPN/PPnBM secara kumulatif juga mengalami pertumbuhannya yang positif. PPN/PPnBM tumbuh cukup signifikan sebesar 19,78%. Secara nominal, realisasi PPN/PPnBM didukung dari subkomponen PPN Dalam Negeri (PPN DN) dan PPN Impor yang berkontribusi 97,57% terhadap total penerimaan PPN/PPnBM. PPN DN bertumbuh sebesar 11,64% dan PPN Impor tumbuh 34,59%.

Sementara itu, kinerja penerimaan pajak dari komponen PPnBM masih mengalami kontraksi, kecuali sub komponen PPnBM Impor yang masih melanjutkan kinerja positif. Penerimaan PPN DN yang tumbuh positif mengindikasikan bahwa pemulihan aktivitas ekonomi terus berlanjut, serta konsumsi masyarakat dan produksi domestik relatif stabil. Disamping itu, kinerja PPN Impor dan PPnBM Impor mengindikasikan terus menguatnya pertumbuhan impor. Penerimaan pajak dari tahun 2004-2022 disajikan pada Gambar 1.2:

Tabel 1. 2 Penerimaan Pajak dari tahun 2004-2022



Sumber : Setyawan (2021)

Berdasarkan Undang-undang Nomor 2 Tahun 2020, tahun 2022 merupakan tahun yang sangat krusial, dimana merupakan tahun terakhir diperbolehkannya defisit APBN melebihi 3% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan tahun 2023 defisit APBN harus turun di bawah 3% dari PDB. Disaat faktor ketidakpastian risiko pandemi Covid-19 yang masih membayangi, penerimaan negara khususnya dari pajak yang tercapai di tahun 2021, tentu dituntut untuk lebih berperan memberikan kontribusi semakin besar sehingga dapat menutupi defisit APBN. Hal ini menjadi momentum untuk menyehatkan kembali APBN khususnya dari sisi pendapatan, dengan penerimaan pajak sebagai komponen yang berkontribusi terbesar untuk tahun 2022 dan tahun-tahun selanjutnya. Dalam tiga tahun terakhir, dari sisi pengeluaran yang semakin meningkat untuk penanggulangan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), sementara sisi penerimaan terutama pajak yang masih berkontraksi. Dalam rencana belanja APBN TA 2020, dialokasikan sebesar Rp2.540,4 triliun sementara pendapatan negara sebesar Rp2.223,2 triliun, terdapat selisih sebesar Rp317,2 triliun dan selisih tersebut akan berpotensi lebih besar lagi apabila target pendapatan negara tidak terpenuhi. Berdasarkan data yang didapatkan dari DDTC News, data masyarakat wajib pajak yang sudah melaporkan sptnya pada tahun 2022 sebanyak 4,4 juta masyarakat, pada tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 24% dengan total 5,5 juta masyarakat yang melaporkan sptnya. Dari jumlah tersebut masih banyak masyarakat yang belum melaporkan spt dan membayar pajaknya baik perseorangan maupun badan usaha dengan total wajib pajak sebesar 17,5 juta wajib spt pajak.

Kepatuhan membayar pajak merupakan salah satu tanggung jawab bagi pemerintah dan rakyat kepada Tuhan, dimana memiliki hak serta kewajiban yang harus

dimiliki pemerintah serta rakyat. Kewajiban dari pemerintah adalah melakukan pengaturan penerimaan dan pengeluaran sehingga berhak untuk melakukan pemungutan atas rakyat berdasar perundang undangan yang berlaku. Rakyat sendiri memiliki kewajiban dalam membayar pajak, lalu berhak untuk mengawasi penggunaan iuran yang telah dibayarkan kepada negara. Kedua pihak saling terkait, oleh karena itu diperlukan peran pemerintah dan rakyat dalam menciptakan kemandirian suatu negara terutama Negara Indonesia, dengan kepercayaan bahwa ada Tuhan yang selalu mengawasi tanggung jawab dimasing- masing pihak.

Menurut Hasanudin, et a., (2020) tentang kepatuhan wajib pajak yaitu keadaan dimana wajib pajak memenuhi seluruh kewajiban perpajakan dan memenuhi hak perpajakan. Kepatuhan tersebut dapat dipahami dalam kewajiban wajib pajak untuk menyetor kembali SPT dan kepatuhan dalam memperkirakan tunggakan pajak yang harus dibayar. Bilamana tingkat kepatuhan masyarakat sebagai wajib pajak dalam membayarkan pajaknya tinggi, maka penerimaan negara dari sektor pajak juga terus meningkat. Dalam artian wajib pajak yang telah patuh untuk membayarkan pajaknya, akan membawa dampak positif bagi negara dan juga masyarakat. Beberapa factor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak antara lain, religiusitas, kesadaran pajak, korupsi, kualitas pelayanan fiskus dan sosialisasi melalui media sosial.

Religiusitas bermakna seberapa besar pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki oleh wajib pajak dalam memandang agama dan ajarannya terhadap kegiatan di masyarakat dengan menjalankan kewajibannya sebagai wajib pajak (Ermawati, et al., 2022). Religiusitas dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, yang mengandung arti bahwa semakin baik religiusitas maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak tersebut. Wajib Pajak dengan memiliki religiusitas tinggi diharapkan memiliki kepatuhan pajak yang tinggi sesuai dengan penelitian (Pope & Mohd Ali, 2010), menyatakan bahwa dengan religiusitas yang tinggi akan memengaruhi perilaku Wajib Pajak untuk melakukan pembayaran pajak serta dapat mengontrol dirinya untuk tidak melakukan penipuan pajak.

Kesadaran pajak merupakan factor yang juga dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Menurut (Nugroho & Zulaikha, 2012) kesadaran membayar pajak bisa didefinisikan sebagai wujud sikap moral berupa pemberian kontribusi guna menunjang pertumbuhan dan pembangunan negara serta berupaya agar taat dan patuh terhadap semua aturan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah yang sifatnya memaksa kepada wajib pajak. Masyarakat yang sadar pajak artinya tidak keberatan untuk melakukan pembayaran pajak sebab ia tidak merasakan kerugian atas pembayaran tersebut dan juga dirasa adanya keterpaksaan dari pemerintah. Tingkat kesadaran wajib pajak yang tinggi dapat digunakan sebagai dasar dalam mempertimbangkan keputusan yang akan diambil terkait pemenuhan kewajiban perpajakannya. Semakin sadar pentingnya pajak bagi pembiayaan negara maka semakin mendorong dirinya untuk secara sukarela dalam menjalankan kewajiban perpajakannya karena menganggap bahwa membayar pajak bermanfaat untuk negara dan dirinya sendiri. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Rama, 2019), (Ermawati & Afifi, 2018) diperoleh hasil bahwa kesadaran mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhannya membayar pajak pada sektor UMKM. Apabila wajib pajak telah mempunyai kesadaran untuk membayar, maka kepatuhan wajib pajak akan terpenuhi dan penerimaan pembayaran pajak akan terus mengalami peningkatan. Kesadaran dan kepatuhan wajib pajak berpengaruh satu sama lain (Brata, et al., 2017)

Kepatuhan wajib pajak dipengaruhi juga oleh faktor korupsi. Menurut Robert

Klitgaard korupsi adalah suatu tingkah laku yang menyimpang dari tugas-tugas resmi jabatan di suatu negara. Tindakan tersebut termasuk hal yang memperoleh keuntungan, status, dan uang untuk diri pribadi dan melanggar aturan pelaksanaan yang ada. Keterkaitan antara kasus korupsi terhadap kepatuhan wajib pajak bahwa kepatuhan Wajib pajak tidak hanya bergantung kepada masalah-masalah teknis yang menyangkut metode pemungutan, teknis pemeriksaan, penyidikan, dan penerapan sanksi, namun tergantung pada kemauan Wajib Pajak untuk mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Kemauan Wajib Pajak dalam mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan tidak lepas dari kepercayaan terhadap sistem perpajakan secara keseluruhan, yang dimana terdapat peranan penting petugas pajak sehingga petugas pajak yang berhubungan dengan Wajib Pajak harus berkaliber dan bermoral tinggi. Semua tindakan yang dilakukan serta sikap petugas pajak dalam rangka pelaksanaan tugasnya mempunyai pengaruh langsung terhadap kepercayaan masyarakat tersebut. Seperti halnya kasus mengenai korupsi pajak yang dimana tersangka dalam kasus tersebut merupakan petugas pajak yaitu Gayus Tambunan dan Dhana Widiatmika. Kasus tersebut menimbulkan sikap antipasti masyarakat Indonesia terhadap pajak, hal tersebut ditunjukkan masyarakat dengan melakukan aksi boikot bayar pajak sebagai rasa ketidakpercayaan terhadap petugas pajak (Suciaty, et al., 2014). Sehingga dengan adanya kasus korupsi akan menurunkan tingkat kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan atau kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk atau jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan pajak adalah kemampuan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam melakukan pelayanan perpajakan yang optimal kepada wajib pajak sehingga wajib pajak merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh DJP. Upaya peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kemampuan teknis pegawai dalam bidang perpajakan, perbaikan infrastruktur seperti perluasan tempat pelayanan terpadu (TPT), penggunaan system informasi dan teknologi untuk memberikan kemudahan kepada wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Peningkatan kualitas pelayanan pajak akan berdampak pada peningkatan kepatuhan wajib pajak (Ermawati, et al., 2022).

Kepatuhan atas pembayaran pajak juga tergantung tingkat mutu pelayanan yang diberikan oleh fiskus. Fiskus diharapkan pula agar memiliki kompetensi atau keahlian maupun pengetahuan yang cukup terkait dengan kebijakan, administrasi, maupun undang-undang mengenai perpajakan. Jika pelayanan dari fiskus dapat memberikan efek kepuasan bagi wajib pajak maka pelayanan yang diberikan bisa dikatakan telah berhasil, sehingga persepsi wajib pajak terhadap fiskus akan meningkat serta akan berpengaruh pada meningkatnya kepatuhan wajib pajak (Aryobimo, 2012). Bila mutu pelayanan fiskus buruk, maka wajib pajak cenderung akan melanggar kewajiban perpajakannya, sedangkan bila mutu pelayanan yang diberikan oleh fiskus tinggi maka wajib pajak akan semakin taat dalam pemenuhan kewajiban pajaknya. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Rama, 2019) dan (Nugroho & Zulaikha, 2012) disebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Media iklan dianggap dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Menurut (Tjiptono, 2018) media iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasarkan pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah

pikiran seseorang untuk melakukan pembelian. Media iklan yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai pajak dan hal-hal yang terkait di dalamnya dapat dilakukan baik dengan media cetak (surat kabar, majalah) ataupun bentuk media lainn ya seperti televisi, radio sampai kepada yang berbentuk daring. Kepatuhan wajib pajak tidak hanya mengacu pada kepatuhan dalam ketepatan waktu dalam membayar pajak namun juga berhubungan dengan kepatuhan dalam melakukan pembayaran dengan perhitungan yang benar. Salah perhitungan dapat diminimalisir melalui pesan atauhimbauan tata cara menghitung pajak yang dapat disampaikan melalui media iklan (Christian, 2018). Menurut Tahar, A., & Rachman, (2014) berpendapat bahwa iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan menurut Trisnawati, E., & Putri, (2012) berpendapat bahwa iklan pajak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pada penelitian terdahulu, ditemukan hasil penelitian yang bervariasi, antara lain hasil penelitian Ermawati, et al., (2022) bahwa pemahaman agama dan kualitas pelayanan publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan menurut hasil penelitian Faisal & Yulianto, (2019) bahwa pemahaman agama tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Menurut penelitian Endaryanti, (2017) bahwa kualitas pelayanan publik tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Christian (2018) bahwa iklan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan menurut Chandra, (2018) bahwa iklan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Ghofar (2017) bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak sedangkan hasil penelitian Perdana, E. S., & Dwirandra, (2020) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Wibisono & Kusuma (2017) bahwa korupsi berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Motivasi dari penelitian ini yang pertama masih kurangnya partisipasi masyarakat dalam membayar pajak, yang kedua adanya research gap dari penelitian-penelitian sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, “Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Pajak, Persepsi Terhadap Korupsi, Kualitas Pelayanan Fiskus dan Sosialisasi Melalui Sosial Media terhadap Kepatuhan Wajib Pajak”.

## **METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan kausalitas antara variabel independen dan dependen menggunakan model matematis. Penelitian ini dirancang dengan desain kausalitas untuk melihat pengaruh antara variabel-variabel tertentu dan menggunakan metode korelasi untuk mengumpulkan data dan menganalisis pengaruh antara dua variabel atau lebih. Pengukuran dilakukan dengan skala Likert untuk mendapatkan data numerik yang kemudian dianalisis secara statistik.

Subjek penelitian adalah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Grogol Petamburan. Populasi penelitian mencakup semua wajib pajak orang pribadi di wilayah tersebut, sementara sampel diambil secara acak sebanyak 116 orang untuk mewakili populasi. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan kuesioner tertutup dengan lima alternatif jawaban, menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden.

Definisi operasional variabel mencakup variabel kepatuhan wajib pajak, religiusitas, kesadaran wajib pajak, persepsi terhadap korupsi, kualitas pelayanan pajak,

dan media iklan. Setiap variabel diuraikan ke dalam dimensi dan indikator spesifik yang diukur menggunakan skala Likert. Misalnya, kepatuhan wajib pajak diukur melalui indikator seperti pendaftaran wajib pajak, pelaporan SPT tepat waktu, dan pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan.

Analisis data dilakukan dengan berbagai uji statistik, termasuk uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selain itu, analisis regresi berganda digunakan untuk melihat pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari uji F, uji t, dan koefisien determinasi digunakan untuk menguji hipotesis dan menentukan kekuatan serta signifikansi hubungan antar variabel.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, termasuk aspek religiusitas, kesadaran pajak, persepsi terhadap korupsi, kualitas pelayanan pajak, dan efektivitas media iklan. Dengan menggunakan metode kuantitatif yang sistematis, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan kesimpulan yang valid dan dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik dalam bidang perpajakan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini melibatkan 116 responden yang merupakan wajib pajak orang pribadi terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Grogol Petamburan. Responden mengisi kuesioner yang terdiri dari bagian identitas responden dan pernyataan variabel penelitian. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengolah data dari kuesioner tersebut. Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan lebih mendominasi dengan 65.5%, sedangkan laki-laki 34.5%. Berdasarkan umur, responden terbanyak berada di rentang 20-29 tahun dengan persentase 59.5%. Mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir S1 sebanyak 75%, bekerja di sektor swasta sebanyak 62.9%, dan memiliki pendapatan lebih dari Rp5.000.000,- sebanyak 62.1%.

Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dari keenam variabel penelitian adalah valid dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0.1824). Uji reliabilitas dengan koefisien Cronbach Alpha lebih besar dari 0.60 menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah andal. Statistik deskriptif dari variabel penelitian menunjukkan nilai rata-rata yang tinggi, misalnya kepatuhan wajib pajak dengan mean 4.16952 dan standar deviasi 0.099725, mengindikasikan tingkat kepatuhan yang tinggi di antara responden.

Uji asumsi klasik menunjukkan distribusi residual yang normal dengan nilai signifikansi 0.200, lebih besar dari 0.05. Uji multikolinearitas menunjukkan tidak adanya korelasi antar variabel bebas dengan nilai tolerance lebih dari 0.1 dan VIF kurang dari 10. Uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak ada masalah heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0.05.

Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa religiusitas, kesadaran wajib pajak, persepsi terhadap korupsi, kualitas pelayanan pajak, dan sosialisasi melalui sosial media secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Model regresi yang terbentuk adalah  $\hat{Y} = 5.345 + 0.649X_1 - 0.118X_2 + 0.274 X_3 + 0.024X_4 + 0.156X_5$ . Persentase variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen sebesar 44.4%, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain.

Uji F menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai sig.  $0.000 < 0.05$ . Uji T menunjukkan religiusitas dan persepsi terhadap korupsi berpengaruh signifikan

terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai sig. masing-masing 0.000 dan 0.003. Namun, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan pajak, dan sosialisasi melalui sosial media tidak berpengaruh signifikan secara parsial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas dan persepsi terhadap korupsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan pajak, dan sosialisasi melalui sosial media tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial. Variabel-variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, dengan variabel lain di luar model penelitian ini yang turut berperan.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Wajib Pajak, Persepsi terhadap Korupsi, Kualitas Pelayanan dan Sosialisasi melalui Sosial Media terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Hasil dari uji hipotesis menyatakan bahwa nilai signifikansi antara religiusitas, kesadaran wajib pajak, persepsi terhadap korupsi, kualitas pelayanan pajak, dan sosialisasi melalui sosial media terhadap kepatuhan wajib pajak adalah 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas, kesadaran wajib pajak, korupsi, kualitas pelayanan pajak, dan sosialisasi melalui sosial media secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Religiusitas, kesadaran wajib pajak, korupsi, kualitas pelayanan dan sosialisasi melalui sosial media secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak” dinyatakan diterima. Nilai Adjusted R-squared yang diperoleh yaitu sebesar 0.444, artinya variabel religiusitas, kesadaran wajib pajak, persepsi terhadap korupsi, kualitas pelayanan pajak, dan sosialisasi melalui sosial media mampu memengaruhi variabel kepatuhan wajib pajak sebesar 44.4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan oleh model.

### **Pengaruh Religiusitas terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Hasil dari uji hipotesis menyatakan bahwa nilai signifikansi antara religiusitas terhadap kepatuhan wajib pajak adalah 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak” dinyatakan diterima. Koefisien dari religiusitas menunjukkan bahwa 0,649. Koefisien yang positif menggambarkan adanya hubungan yang positif antara religiusitas dan kepatuhan wajib pajak. Jika nilai religiusitas dalam diri wajib pajak tinggi maka kepatuhan wajib pajak juga akan terjaga. Hal ini dapat terjadi karena seseorang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi mempunyai nilai moral dan etika yang kuat. Sehingga mereka akan merasa mempunyai kewajiban moral untuk menaati hukum, termasuk membayar pajak, sebagai bagian dari kepatuhan mereka terhadap prinsip-prinsip agama. Hal ini sesuai dengan prinsip religiusitas adalah seseorang yang meyakini terhadap agama tertentu dimana seseorang tersebut menjalankan perintah agama dan menjauhi larangan agama. Dengan kata lain kuatnya keyakinan agama dapat memaksimalkan kepatuhan pajak dan meminimalkan tindakan untuk mencurangi pajak. Kepatuhan tersebut dapat dipahami dalam kewajiban wajib pajak untuk menyetor kembali SPT dan kepatuhan dalam memperkirakan tunggakan pajak yang harus dibayar. Penelitian yang dilakukan Ermawati, et al., (2022) mengungkapkan bahwa religiusitas dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak, yang mengandung arti bahwa semakin baik religiusitas maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak tersebut. Penelitian lain oleh Faridzi, et al., (2022) juga menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap kesadaran dan

kepatuhan wajib pajak. Mereka menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas wajib pajak maka wajib pajak akan patuh dan taat untuk membayar pajak.

### **Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Hasil dari uji hipotesis menyatakan bahwa nilai signifikansi antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak adalah 0,171 lebih besar dari nilai  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini yaitu "Kesadaran wajib pajak secara parsial berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak" dinyatakan tidak dapat diterima. Koefisien dari kesadaran wajib pajak menunjukkan bahwa -0.118. Koefisien yang negatif menggambarkan adanya hubungan yang negatif antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak. Kesadaran wajib pajak penting dalam teori kepatuhan pajak, namun kesadaran wajib pajak tidak memiliki pengaruh secara langsung dengan kepatuhan. Hal ini disebabkan oleh kompleksnya faktor-faktor yang memengaruhi perilaku kepatuhan pajak, antara lain pengetahuan tentang kewajiban perpajakan, persepsi efektivitas sistem perpajakan, status sosial, dan faktor psikologis lainnya. Hal ini sesuai dengan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku kepatuhan pajak seorang wajib pajak dapat dilihat pada sisi psikologis. Penelitian yang dilakukan oleh Atarwaman (2020) mengungkapkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kesadaran wajib itu timbul dari beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internalnya adalah dari dalam diri wajib pajak itu sendiri, sedangkan faktor eksternalnya yaitu merupakan program yang dilakukan oleh pemerintah dimana pemerintah juga mengeluarkan surat pemberitahuan pajak terhutang. Namun masih ada wajib pajak yang belum mempunyai kesadaran untuk melakukan kewajibannya dalam urusan perpajakan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Adiyanti & Maryono (2023) mengungkapkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Tidak berpengaruhnya kesadaran wajib pajak diantaranya disebabkan karena masih rendahnya tingkat kesadaran masyarakat yang belum mengetahui akan pentingnya perpajakan dalam pembiayaan negara. Berdasarkan distribusi frekuensi dari jawaban responden, dapat dilihat bahwa responden cenderung menjawab setuju atau bahkan kurang setuju pada segala upaya yang dilakukan oleh pihak perpajakan dalam peningkatan kesadaran wajib pajak. Pemberian pengarahan, penyuluhan terkait kepatuhan wajib pajak untuk mewujudkan kesadaran wajib pajak tidak dapat secara langsung mempengaruhi wajib pajak akan kewajiban pajaknya. Hal ini akan kembali kepada diri masing-masing wajib pajak yang memilih patuh atau tidak patuh dalam melakukan pelaporan dan pembayaran pajak.

### **Pengaruh Persepsi terhadap Korupsi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Hasil dari uji hipotesis menyatakan bahwa nilai signifikansi antara persepsi terhadap korupsi terhadap kepatuhan wajib pajak adalah 0,003 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap korupsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini yaitu "Persepsi terhadap korupsi secara parsial berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak" dinyatakan diterima. Koefisien dari persepsi terhadap korupsi menunjukkan bahwa 0.274. Koefisien yang positif menggambarkan adanya hubungan yang positif antara persepsi terhadap korupsi dan kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi tingkat persepsi korupsi wajib pajak mengenai fiskus yang melakukan korupsi pajak, dengan diiringi oleh penegakan hukum atas korupsi pajak ditegakan secara tegas dan

teralisasi sesuai dengan undang-undang yang berlaku, maka mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Hal ini sesuai dengan teori atribusi yang menyatakan mengenai bagaimana setiap individu menilai perilakunya sendiri maupun perilaku orang lain. Teori atribusi ini dinyatakan bahwa individu dapat mencari penjelasan yang berhubungan dengan peristiwa yang terjalin baik pada mereka maupun orang-orang di sekitarnya. Kasus korupsi pajak dapat menurunkan kepercayaan wajib pajak terhadap lembaga perpajakan dan fiskus. Namun, dengan adanya sanksi hukum yang berlaku bagi fiskus yang melakukan korupsi pajak mampu mengubah persepsi buruk wajib pajak terhadap lembaga perpajakan dan fiskus. Sehingga wajib pajak patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Berdasarkan penjelasan jawaban responden, wajib pajak memiliki kesadaran penuh akan adanya korupsi dalam perpajakan dan menyadari bahwa kasus korupsi pajak marak terjadi di Indonesia. Wajib pajak juga setuju dengan pemberian sanksi koruptor dan hukuman sesuai dengan undang-undang yang berlaku harus di selenggarakan dengan tegas. Penelitian yang dilakukan Kartika, et al., (2020) menyatakan bahwa korupsi pajak berpengaruh secara positif signifikan dan parsial terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Permana (2023) mengungkapkan bahwa korupsi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Karena wajib pajak percaya bahwa persepsi yang mereka pikirkan benar adanya.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Hasil dari uji hipotesis menyatakan bahwa nilai signifikansi antara kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak adalah 0,737 lebih besar dari nilai  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini yaitu "Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak" dinyatakan tidak dapat diterima. Koefisien dari kualitas pelayanan menunjukkan bahwa 0.024. Koefisien yang positif menggambarkan adanya hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan kepatuhan wajib pajak. Kualitas pelayanan yang baik atau buruk, tidak selalu berpengaruh secara langsung terhadap kepatuhan wajib pajak. Tanggung jawab wajib pajak seringkali lebih dipengaruhi oleh kewajiban hukum yang jelas dan sanksi hukum yang tegas dibandingkan kualitas pelayanan. Meskipun pelayanan yang baik mempermudah pembayaran pajak, namun jika wajib pajak mengetahui bahwa mereka akan menghadapi sanksi hukum jika tidak mematuhi, kemungkinan besar mereka akan terus mematuhi kewajiban perpajakannya meskipun situasinya negatif. Hal ini sesuai dengan teori atribusi yang memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman mengenai bagaimana setiap individu menilai perilakunya sendiri maupun perilaku orang lain. Penelitian yang dilakukan Prakusya (2020) mengungkapkan bahwa pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari, et al., (2023) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan pajak tidak dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak pribadi. Hasil tersebut kemungkinan terjadi dikarenakan kinerja dari petugas pajak di KPP Bengkulu dalam memberikan pelayanan belum menghasilkan hubungan interpersonal dan kepekaan yang baik. Hal tersebut membuat para wajib pajak tidak merasakan kepuasan dan hubungan timbal balik yang baik antara petugas dan para wajib pajak.

#### **Pengaruh Sosialisasi melalui Sosial Media terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**

Hasil dari uji hipotesis menyatakan bahwa nilai signifikansi antara sosialisasi melalui sosial media terhadap kepatuhan wajib pajak adalah 0,070 lebih besar dari nilai  $\alpha$  (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi melalui sosial media secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, hipotesis dalam

penelitian ini yaitu “Sosialisasi melalui sosial media secara parsial berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak” dinyatakan tidak dapat diterima. Koefisien dari sosialisasi melalui sosial media menunjukkan bahwa 0.156. Koefisien yang positif menggambarkan adanya hubungan yang positif antara sosialisasi melalui sosial media dan kepatuhan wajib pajak. Komunikasi melalui media sosial dapat menciptakan kesadaran dan pemahaman tentang kewajiban perpajakan, namun dampaknya terhadap tingkat kewajiban wajib pajak belum tepat dan signifikan. Tingkat sosialisasi yang tinggi mungkin tidak selalu diikuti oleh tingkat kesadaran dan pemahaman yang sama tentang pentingnya membayar pajak secara tepat. Wajib pajak mungkin mendapatkan informasi tentang kewajiban pajak mereka, namun jika mereka tidak sepenuhnya memahami pentingnya pajak dalam pembangunan negara atau jika mereka tidak sadar akan konsekuensi tidak membayar pajak dengan benar, sosialisasi yang diberikan tersebut juga tidak akan secara langsung mempengaruhi kepatuhannya akan pajak. Selain itu, komunikasi melalui media sosial rentan terhadap banyak opini dan komentar subjektif yang dapat menimbulkan masalah bagi sebagian wajib pajak. Teori atribusi mengungkapkan bagaimana setiap individu menilai perilakunya sendiri maupun perilaku orang lain, baik dari faktor lingkungan maupun faktor dalam diri seorang individu tersebut. Banyak faktor lain, seperti pengalaman sebelumnya dengan sistem perpajakan, norma sosial dan budaya, serta tingkat kepercayaan terhadap pemerintah dan lembaga pajak, dapat memengaruhi respons masyarakat terhadap promosi media sosial terkait perpajakan. Penelitian yang dilakukan Marlian (2022) mengungkapkan bahwa sosialisasi perpajakan menggunakan sosial media tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah, et al., (2022) mengungkapkan bahwa sosialisasi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Sosialisasi pajak tidak mengakibatkan wajib pajak yang menjalankan usahanya sendiri atau yang memiliki profesi independen bebas untuk mematuhi kewajiban perpajakannya.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh religiusitas, kesadaran wajib pajak, korupsi, kualitas pelayanan pajak, dan sosialisasi melalui sosial media terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Pada penelitian ini melibatkan 116 responden yang merupakan wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Grogol Petamburan. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka penelitian ini menunjukkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Religiusitas, kesadaran wajib pajak, korupsi, kualitas pelayanan dan sosialisasi melalui sosial media secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai R-squared yang diperoleh yaitu sebesar 0.468, artinya variabel religiusitas, kesadaran wajib pajak, korupsi, kualitas pelayanan pajak, dan sosialisasi melalui sosial media mampu memengaruhi variabel kepatuhan wajib pajak sebesar 46.8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan oleh model
2. Religiusitas secara parsial berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Jika nilai religiusitas dalam diri wajib pajak tinggi maka kepatuhan wajib pajak juga akan terjaga. Hal ini dapat terjadi karena seseorang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi mempunyai nilai moral dan etika yang kuat.
3. Kesadaran wajib pajak secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini disebabkan oleh tingkat kesadaran wajib pajak setiap orang berbeda-beda, sehingga tidak semua orang yang memiliki kesadaran akan pajak akan otomatis menjadi

- wajib pajak yang patuh.
4. Persepsi terhadap korupsi secara parsial berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi tingkat persepsi terhadap korupsi wajib pajak mengenai fiskus yang melakukan korupsi pajak, dengan diiringi oleh penegakan hukum atas korupsi pajak ditegakan secara tegas dan terealisasi sesuai dengan undang-undang yang berlaku, maka semakin meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
  5. Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Kualitas pelayanan yang baik atau buruk, tidak selalu berpengaruh secara langsung terhadap kepatuhan wajib pajak. Meskipun pelayanan yang baik mempermudah pembayaran pajak, namun jika wajib pajak mengetahui bahwa mereka akan menghadapi sanksi hukum jika tidak mematuhi, kemungkinan besar mereka akan terus mematuhi kewajiban perpajakannya meskipun situasinya negatif.
  6. Sosialisasi melalui sosial media secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Tingkat sosialisasi yang tinggi mungkin tidak selalu diikuti oleh tingkat kesadaran dan pemahaman yang sama tentang pentingnya membayar pajak secara tepat.

#### REFERENSI

- Adiawaty, S. (2020). Dimensi dan Indikator Kepemimpinan dan Budaya Organisasi yang Mempengaruhi Pemberdayaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3).
- Adiyanti, Y. A., & Maryono, M. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kabupaten Pati. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14(2), 296-305.
- Ahmadulloh. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Pelayanan Petugas Pajak Terhadap Kepatuhan Wpop Di Kpp Magelang 2018. 1(9).
- Ajzen, I. (1991). Attitudes, personality, and behavior. In *Mapping social psychology TA - TT -*. Open University Press. <https://doi.org/LK> - <https://worldcat.org/title/884641638>
- Anggraeni, L. A. (2017). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Lingkungan Wajib Pajak, Sikap Religiusitas Wajib Pajak, Dan Kemanfaatan NPWP Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Klaten). <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:148735620>
- Annur, C. M. (2023). Pertumbuhan Penerimaan Pajak RI Melambat pada Semester I 2023, Ini Penyebabnya. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Anwar, D. R. (2018). Pengaruh Norma Subjektif, Keadilan Perpajakan, Religiusitas, Dan Self Efficacy Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 1-108.
- Ardiansyah, Y. (2017). Pengaruh keadilan, Sistem Self Assessment, Pemahaman Perpajakan dan Religiusitas Terhadap Tindakan Tax Evasion. Skripsi. Makassar. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Ariesta, R. P., & Latifah, L. (2017). PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK, SANKSI PERPAJAKAN, SISTEM ADMINISTRASI PERPAJAKAN MODERN, PENGETAHUAN KORUPSI, DAN TAX AMNESTY TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DI KPP PRATAMA SEMARANG. *AKUNTANSI DEWANTARA*, 1(2), 173-187. <https://doi.org/10.26460/ad.v1i2.1608>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Aryobimo, P. T. (2012). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak tentang Kualitas Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kondisi Keuangan Wajib Pajak dan Preferensi Risiko sebagai Variabel Moderating. Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 1, 1-58.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. (R. Persada (ed.)).
- Atarwaman, R. J. D. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 39-51.

- Bahri, S. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 20(1), 1–15.
- Basuki, A. T. (2018). Pengantar Ekonometrika (Dilengkapi Penggunaan EVIEWS)(Pertama). Katalog Dalam Terbitan.
- Brata, J. D., Yuningsih, I., & Kesuma, A. I. (2017). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas di Kota Samarinda The Effect of Taxpayer Awareness, Fiscal Services, and Tax Sanctions on. *Forum Ekonomi*, 19(1), 69–81.
- Chandra, I. (2018). Pengaruh Iklan Pajak, Persepsi Wajib Pajak Terhadap Pemerintah dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Jakarta Palmerah.
- Christian, M. (2018). Pengaruh Unsur-Unsur Iklan Pajak: Hiburan, Informatif Dan Nilai Iklan. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 3(2). <https://doi.org/10.30813/bricolage.v3i02.936>
- Cindy Mutia Annur. (2023). Pertumbuhan Penerimaan Pajak RI Melambat pada Semester I 2023, Ini Penyebabnya. Databoks.
- Endaryanti, R. N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Biaya Kepatuhan Pajak, Penerapan E-Filing Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada KPP Pratama Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–15.
- Endowment. (2010). *Governance, Corruption, and Conflict: A Study Guide Series on Peace and Conflict for Independent Learners and Classroom Instructors*. United States Institute of Peace, 1–52.
- Ermawati, Y., Sonjaya, Y., Sutisman, E., & Puspita Sari, K. (2022). Peran religiusitas, sanksi pajak, pengetahuan perpajakan, dan kualitas pelayanan pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 4, 59–65. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art10>
- Ermawati, Y., Sonjaya, Y., Sutisman, E., & Sari, K. P. (2022). Peran religiusitas, sanksi pajak, pengetahuan perpajakan, dan kualitas pelayanan pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. In *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 59–65.
- Ermawati, N., & Afifi, Z. (2018). Pengaruh Religiusitas Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 7(2), 49. <https://doi.org/10.30659/jai.7.2.49-62>
- Faisal, M., & Yulianto, A. (2019). Religiusitas, Norma Subjektif, dan Persepsi Pengeluaran Pemerintah dalam Mendukung Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 3(2), 170. <https://doi.org/10.33603/jka.v3i2.3106>
- Faizin, M. R., & Ruhana, I. (2016). PENGARUH SOSIALISASI, PEMAHAMAN, DAN KESADARAN PROSEDUR PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi Pajak Bumi Bangunan Perdesaan dan Perkotaan di Desa Mojaranu Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 9(1).
- Faridzi, M. A., Suryanto, T., & Devi, Y. (2022). Pengaruh Pemahaman Dan Religiusitas Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Dalam Membayar Pajak Pp 23 Th 2018 (Studi UMKM Kecamatan Sukarame). *Al-Mal: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 3(1), 85–107.
- Fathansyah, M. A., & Halimatusadiah, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v3i1.6592>
- Firmansyah, A., Harryanto, H., & Trisnawati, E. (2022). Peran mediasi sistem informasi dalam hubungan sosialisasi pajak, sanksi pajak, kesadaran pajak dan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Pajak Indonesia*, 6(1), 130–142.
- Ghofar, A. D. A. A. (2017). Kesadaran Wajib Pajak Memediasi Pengaruh Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 19(1), 1–11.
- Ghozali, I. (2020). Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25 Edisi 9. Badan Penerbit Universitas

Diponegoro.

- Hariyani, H. F., Dominicus, S. P., & Asmara, A. (2012). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi korupsi di zi Psifik. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 5(2), 62–78.
- Hasanudin, A. I., Ramdhani, D., & Giyantoro, M. D. B. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping Di Jakarta: Urgensi Antara E-Commerce Dan Jumlah Pajak Yang Disetor. *Tirtayasa Ekonomika*, 15(1), 65. <https://doi.org/10.35448/jte.v15i1.7828>
- Irawan, A. (2020). Pengaruh Persepsi Korupsi Pajak Dan Persepsi Keadilan Sistem Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 114–125. <https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma>
- Kartika, R., Jefri, U., & Suhartati, F. (2020). Pengaruh Persepsi Korupsi dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cilegon. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(1), 126–134.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, Issue 2). Jilid.
- Leonardo, P., & Tjen, C. (2019). E-commerce on the marketplace platforms. *AFEBI Management and Business Review*, 4(1), 26–37.
- Lestari, S. A., Susena, K. C., & Irwanto, T. (2023). Pengaruh Persepsi Korupsi Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1069-1086.
- Lismawati. (2013). Terima Suap, Dua Pegawai Pajak Tersangka. <http://nasional.news.viva.co.id/news/read/413222-terima-suap-%0Adua-pegawai-pajak-tersangka>. Diakses, 20 Juni 2013 pukul 13.32%0AWIB.
- Lupiyoadi, H., & Hamdani, A. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Ketiga. Penerbit Salemba Empat.
- Mahasurya, I. G. N. A., & Budiarta, I. K. (2020). Religiusitas, Persepsi Korupsi Pajak Pelayanan Fiskus dan Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(11), 2713. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i11.p01>
- Mandhira, D. N., Diatmika, I. P. G., & I Nyoman Putra Yasa, S.E., M. S. . (2018). Pengaruh Implementasi Perpu No. 1 Tahun 2017 Tentang Akses Informasi Keuangan Untuk Kepentingan Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja. *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 8(2).
- MARLIAN, D. N. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Menggunakan Sosial Media Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pemahaman Perpajakan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Bantul). (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Marlina. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi Mengenai Penggelapan Pajak pada KPP Pratama Lubuk Pakam. *JURNAL PUNDI*. <https://doi.org/10.31575/jp.v2i2.82>
- Masruroh, A. (2015). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Salatiga).
- Milgram, S. (1963). Behavioral Study of obedience. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(4), 371–378. <https://doi.org/10.1037/h0040525>
- Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Penerbit Kencana.
- Mukoffi, A., Sulistiyowati, Y., Himawan, S., & Kontesa, K. (2022). Korupsipajak dan keadilan perpajakan pada kepatuhan wajib pajak (studi kasus pada kantor pelayanan pajak (KPP) Batu. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 85–94. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i1.17339>
- Nugraheni, A. D., & Purwanto, A. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4, 1–4. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/17031/16326>

- Nugroho, Rahman Adi & Zulaikha. (2012). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAUAN UNTUK MEMBAYAR PAJAK DENGAN KESADARAN MEMBAYAR PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Wajib Pajak. Diponegoro Journal of Accounting, 1(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Nurjaya, N., Sunarsi, D., Effendy, A. A., Teriyan, A., & Gunartin, G. (2021). Pengaruh Etos Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kehutanan Dan Perkebunan Kota Bogor. JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia), 4(2), 172. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v4i2.9086>
- Perdana, E. S., & Dwirandra, A. A. N. . (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. E-Jurnal Akuntansi, 30(6), 1458. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i06.p09>
- Permana, F. T., & Susilowati, E. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening Pada Kpp Pratama Surabaya Karang Pilang. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha, 12(3), 1027–1037.
- Permana, Q. J. N. (2023). Pengaruh Persepsi Korupsi Pajak, Kualitas Infrastruktur Jalan Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak. (Doctoral Dissertation, Universitas Diponegoro).
- Pope, J., & Mohd Ali, N. (2010). The role of religiosity in tax morale and tax compliance. Australian Tax Forum, 25, 565–596.
- PRAKUSYA, D. (2020). Pengaruh Persepsi Korupsi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada wajib pajak pribadi yang memiliki usaha UMKM di Surabaya). (Doctoral Dissertation, Universitas Bhayangkara).
- Pranata, P. A., & Setiawan, P. E. (2015). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Dan Kewajiban Moral Pada Kepatuhan Wajib Pajak. 2, 456–473.
- Prasetyo, H., & Anitra, V. (2020). Pengaruh Religiusitas terhadap Kinerja Karyawan : Studi pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. Borneo Student Research, 2(1), 705–713.
- Prasetyo, D., & Arisudhana, D. (2019). Analisis Beberapa Aspek Dalam Diri Wajib Pajak dan Regulasi Perpajakan Yang Mempengaruhi Ketaatan Wajib Pajak Dalam Pemenuhan Kewajibannya (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Kebayoran Lama Pe. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan FEB Universitas Budi Luhur, 8(1), 88–103.
- Putri, N. K., Zirman, & Humairoh, F. (2023). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Modernisasi Administrasi Perpajakan Dan Ketegasan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di KPP Pratama Pekanbaru Tampan). Journal Of Taxation UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 4(1), 1–28.
- Putri, D. S. (2014). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Pemeriksaan Pajak, dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Studi Empiris pada WP Badan yang Terdaftar di KPP Pratama Bukittinggi). Jurnal Akuntansi, 2(3), 1–21.
- Putu, D., Juliarni, E., & Devi, S. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Lingkungan Sosial Dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm (Studi pada Pelaku UMKM yang Terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja). Jurnal Akuntansi Profesi, 360–369.
- Rahayu, S. K. (2010). Perpajakan Indonesia: konsep dan aspek formal. Graha Ilmu, 123.
- Rama. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Membayar Pajak sesuai PP No.23 Tahun 2018 pada UMKM Kabupaten Indragiri Hilir (Inhil). Journal of Chemical Information and Modeling.
- Resmi, S. (2019). Perpajakan: Teori & Kasus (Edisi 11). Salemba Empat.
- Rodiansah, A. H., & Puspita, A. F. (2020). Pengaruh Religiusitas Intrapersonal Dan Religiusitas Interpersonal Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Encyclopedia of Survey. Research

## Methods.

- Safri, R. D. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Pekerjaan Bebas (Studi Di Wilayah KPP Pratama Yogyakarta). Yogyakarta, 2(1), 545–555. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri. <https://www.slideshare.net/ALBICEE/lembar-observasi-siswa-50178674>
- Sedarmayanti, H. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia; Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil. Reflika Aditama.
- Setyawan, H. (2021). Tercapainya Realisasi Penerimaan Pajak 2021, Momentum Penyehatan APBN. Komite Pengawas Perpajakan Kementerian Keuangan RI.
- Simanjuntak, T. H., & Mukhlis, I. (2012). Dimensi Ekonomi Perpajakan Dalam Pembangunan Ekonomi. Penebar Plus+.
- Suciaty, Handayani, S. R., & D. (2014). Persepsi Wajib Pajak Mengenai Korupsi Pajak dan Pengaruhnya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal E- Perpajakan*, 1(1), 1–8.
- Sudjino, A. (2012). Pengantar Statistik Pendidikan. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV Alfabeta.
- Supriyono, S., & Sutiah, S. (2019). Pengembangan manajemen proyek pembelajaran berbasis ICT menggunakan metode accelerated SAP pada Odoo ERP. Seminar Nasional Inovasi Teknologi, 27–30.
- Tahar, A., & Rachman, A. K. (2014). Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 15(1), 56–67.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2015). Pelanggan Puas? Tak Cukup! *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(1), 262. <https://doi.org/10.31294/WIDYACIPTA.V2I1.2684.G2034>
- Tjiptono, F. (2018). Strategi pemasaran. ANDI OFFSET. <https://books.google.co.id/books?id=yKfNjwECAAJ>
- Trisnawati, E., & Putri, I. R. S. H. (2012). Pengaruh pelayanan aparat pajak, iklan pajak, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak yang terdapat di kpp pratama jakarta pademangan untuk tahun 2011. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:129066966>
- Wahyudi, A. U. dan D. (2016). Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Provinsi DKI Jakarta. Edisi. 3 N(2), 1–13. *Jurnal Lingkar Widyaaiswara*. [https://doi.org/10.1016/S0040-4020\(00\)00446-4](https://doi.org/10.1016/S0040-4020(00)00446-4)
- Wahyuningratri, L. (2018). PAJAK (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sleman). SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA.
- Wibisono, A. F., & Kusuma N., Y. C. (2017). Analisis Persepsi Korupsi Pajak dan Iklim Organisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Karyawan. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 4(2), 169–180. <https://doi.org/10.32477/jrm.v4i2.54>
- Wibowo, A. (2013). Pendidikan antikorupsi di sekolah: strategi internalisasi pendidikan antikorupsi di sekolah. Pustaka pelajar.
- Wicaksono, R. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM MEMBAYAR PAJAK SESUAI PP No.46 TAHUN 2013 PADA UMKM DI KABUPATEN BANTUL. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–21. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v15i2.66>
- Wijayanti, D. (2016). Revolusi mental: menumbuhkembangkan jiwa anti korupsi. Indoliterasi.
- Wiratna, S. (2019). Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Pustaka Baru Press.