

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Bisnis di Universitas Buddhi Dharma)

Leony Angela

Universitas Buddhi Dharma

Email : Leonyangela03@gmail.com

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, peran Sosialisasi Perpajakan dipertimbangkan sebagai variabel moderasi untuk mengukur pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Metode pengumpulan data yang dipilih adalah kuantitatif, di mana kuesioner disebar kepada seratus mahasiswa fakultas bisnis Universitas Buddhi Dharma melalui teknik purposive sampling. Hasil yang dianalisis dengan SmartPLS versi 4 menunjukkan bahwa nilai R-square adalah 0,541 atau 54,1%, menandakan bahwa model yang diuji memiliki kecukupan yang memadai. Penelitian ini menunjukkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak, dengan nilai signifikansi 0,003 yang terletak di bawah ambang 0,05, memberikan dampak yang signifikan terhadap kepatuhan. Sementara itu, nilai signifikansi sebesar 0,127 pada Pengetahuan Pajak, yang lebih tinggi dari 0,05, tidak memberikan indikasi adanya pengaruh yang signifikan. Dalam kaitannya, Sosialisasi Perpajakan berfungsi sebagai moderator yang penting dalam memediasi hubungan antara Pengetahuan Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,017. Lebih jauh, diketahui bahwa Kualitas Pelayanan, yang memiliki nilai signifikansi 0,497, tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Namun, interaksi antara Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Wajib Pajak, yang memiliki nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,098 dan 0,656—keduanya melebihi 0,05—tidak menunjukkan adanya efek moderasi dari Sosialisasi Perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Ak

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor, Sosialisasi Perpajakan

PENDAHULUAN

Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), yang dikenal sebagai pajak atas penguasaan dan kepemilikan kendaraan, adalah salah satu sumber utama penerimaan bagi provinsi. Pajak ini, sebagai komponen penting dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), termasuk dalam aspek Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Sektor perpajakan memiliki peran signifikan dalam meningkatkan penerimaan negara, perekonomian, dan standar hidup masyarakat. Kepatuhan dalam memenuhi kewajiban pajak oleh pemilik kendaraan berdampak langsung terhadap peningkatan tersebut. Dengan demikian, peningkatan pendapatan pajak mengindikasikan peningkatan kualitas hidup bagi warga negara bagian. Untuk itu, pemerintah merancang alokasi serta pengelolaan dana pajak dan sumber pendapatan lainnya yang bertujuan mendukung beragam sektor industri (Widajantie & Anwar, 2020). Meningkatnya penerimaan pajak tentunya akan memudahkan pendanaan pelayanan masyarakat dan pembangunan yang dibiayai oleh dana negara. *Accounting* digunakan untuk menjumlah pajak yang terutang dikenal dengan istilah akuntansi pajak (Lubis, 2019).

Pentingnya kemampuan sebuah negara untuk bertahan yang tergantung pada kapasitasnya dalam mengumpulkan pajak yang memadai menuntut perhatian serius terhadap kepatuhan terhadap peraturan perpajakan. Pertumbuhan penduduk menyebabkan estimasi peningkatan jumlah wajib pajak pemilik kendaraan bermotor. Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor diukur dari keakuratan dan ketepatan dalam melaksanakan pembayaran dan pelaporan pajak sesuai dengan regulasi yang berlaku. Untuk mengontrol proses pemungutan pajak sambil memprioritaskan prinsip-prinsip keadilan, perangkat hukum diperlukan guna memperkuat penerimaan pajak (Mirnasari, 2023).

Berdasarkan definisi dalam Pasal 1

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, pajak adalah suatu kewajiban yang harus dipenuhi oleh setiap individu atau lembaga bisnis untuk membiayai kebutuhan negara, tanpa ada keuntungan langsung yang diperoleh oleh pembayar. Kontribusi ini memainkan peran penting dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Soemitro memaparkan bahwa pajak merupakan aliran dana yang mengalir ke kas negara, diatur melalui peraturan perundang-undangan yang eksplisit dan jelas, bertujuan untuk pembiayaan pengeluaran publik.

Pajak berfungsi sebagai alat anggaran dengan membiayai pengeluaran publik. Tujuan anggaran adalah untuk mengisi kembali kas negara dengan uang sebanyak-banyaknya.

Pajak provinsi tingkat I adalah Pajak Kendaraan Bermotor (Sihombing, 2020).

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Pendapat atau pola pikir umum yang merasa puas terhadap keunggulan suatu layanan dikenal dengan istilah kualitas layanan. Tiga landasan konseptual utama yang mendasari definisi ini adalah sebagai berikut: pertama, konsumen merasa lebih sulit menilai kualitas jasa dibandingkan kualitas barang; kedua, persepsi mereka terhadap kualitas layanan didasarkan pada perbandingan antara harapan mereka dan kinerja layanan sebenarnya; dan ketiga, proses evaluasi kualitas layanan tidak hanya mencakup hasil layanan tetapi juga proses penyampaian layanan (Eva et al., 2023). Pelayanan pajak yang responsif dan efisien juga dapat mengurangi frustrasi dan biaya administratif yang dikeluarkan oleh wajib pajak. Sebaliknya, pelayanan pajak yang buruk atau kurang responsif dapat menyebabkan ketidakpatuhan pajak, peningkatan biaya administratif dan ketidakpuasan.

Pengetahuan Pajak

Kemampuan Wajib Pajak dalam mematuhi kewajiban dan hak-hak mereka dipengaruhi oleh Pengetahuan Pajak yang rendah yang mereka miliki. Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak ditandai dengan pemenuhan kewajiban membayar pajak, yang membantu mereka menghindari kesalahan dan mematuhi regulasi yang berlaku. Strategi perpajakan yang digunakan oleh wajib pajak didasarkan pada ilmu pajak sebagai dasar yang tentu, seperti yang diungkapkan oleh (Milleani & Maryono, 2022). Wajib pajak yang berpengetahuan baik tentang pajak cenderung memahami lebih dalam mengenai kewajibannya dan sanksi yang mungkin timbul akibat ketidakpatuhan.

Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran Wajib Pajak terbentuk dari proses yang kompleks, mulai dari penerimaan informasi hingga pembentukan keyakinan, yang dilanjutkan dengan analisis dan motivasi untuk mematuhi ketentuan perundang-undangan serta memanfaatkan berbagai insentif perpajakan yang tersedia. Proses ini tercermin dalam perilaku Wajib Pajak (Widajantie & Anwar, 2020). Tanggung jawab wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan mereka, yang meliputi pelaporan, pencatatan, pelunasan, dan pengungkapan jumlah pajak yang terhutang, merupakan bagian dari pemahaman mereka.

Sebagai pelaku wajib pajak untuk melakukan kewajibannya dengan memenuhi perpajakannya yang merupakan tanggung jawabnya (Hidayat & Maulana, 2022). Jika ada penilaian yang baik dari masyarakat dalam memenuhi tanggung jawabnya maka akan muncul kesadaran. Karena pengetahuan wajib pajak menunjukkan kemauan dalam melakukan kewajibannya, maka kepatuhan wajib pajak perlu ditingkatkan. Ada beberapa hal yang menghalangi masyarakat untuk sadar akan pajak, seperti kurangnya pengetahuan tentang apa itu pajak dan alasan

dipungutnya, sehingga dapat menimbulkan perbedaan pandangan (Yanti et al., 2022).

Kepatuhan Wajib Pajak

Dinyatakan oleh (Kowel et al., 2019), kesuksesan dalam mencapai kepatuhan wajib pajak hanya mungkin terwujud ketika para wajib pajak memenuhi hak serta kewajiban perpajakan mereka secara lengkap. Walaupun pembayaran pajak oleh wajib pajak memfasilitasi fungsi-fungsi pemerintah daerah, secara umum, wajib pajak di Indonesia terlihat kurang antusias dan sering mengabaikan kewajiban mereka dalam pengajuan pajak.

Menurut Harjo (2019), wajib pajak dikatakan memenuhi kepatuhan formal apabila tidak hanya mereka menaati semua kewajiban pajak yang sudah ditentukan, melainkan juga menggunakan hak-hak perpajakan yang ada sesuai dengan peraturan dan undang-undang perpajakan yang berlaku. Kepatuhan material, yang didefinisikan sebagai pemenuhan oleh wajib pajak terhadap semua ketentuan pajak yang esensial, mencakup segi-segi teks dan esensi dari hukum perpajakan. Dalam konteks ini, pemenuhan kewajiban pajak oleh wajib pajak dijalankan secara efektif dan formal, sesuai dengan norma serta perundang-undangan yang berlaku dalam sistem perpajakan. Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dibuktikan melalui beberapa faktor, termasuk pemahaman menyeluruh atas regulasi perpajakan, proses pengisian surat pemberitahuan pajak, keakuratan perhitungan pajak yang harus dibayarkan, dan kepatuhan membayar pajak tepat pada waktunya berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan secara cermat. Ditegaskan oleh peraturan yang diformulasikan bahwa pentingnya menetapkan jumlah pajak yang dibayarkan dengan jujur dan akurat, serta melaksanakan pemotongan pajak sesuai dengan standar yang berlaku. Aspek fundamental yang mencerminkan pentingnya Kesadaran Wajib Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban

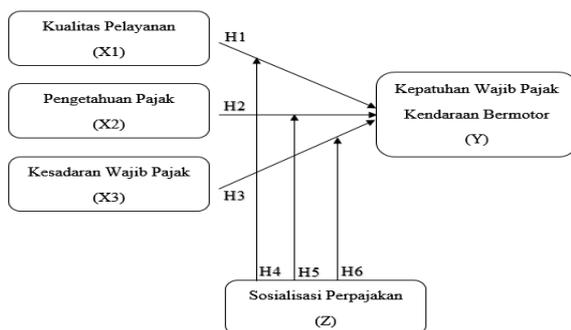
perpajakan juga ditonjolkan (Yani & Simbolon, 2023).

Sosialisasi Perpajakan

Sebagai langkah untuk memajukan Kepatuhan Wajib Pajak, pemerintah melaksanakan Sosialisasi Perpajakan, yang berfungsi menyediakan nasihat dan pendidikan tentang berbagai aspek perpajakan bagi wajib pajak (Amalia & Anwar, 2023). Sosialisasi perpajakan bertujuan untuk meningkatkan pada wjaib pajak tentang peraturan perpajakan, ini sangat penting dalam mengedukasi masyarakat terutama wajib pajak untuk pemenuhan kewajiban tersebut. Penumbuhan pengetahuan mengenai peran wajib pajak dalam memajukan masyarakat dan peningkatan kepatuhan pajak merupakan tujuan utama dari Sosialisasi Perpajakan.

Upaya fiskus dalam mengedukasi masyarakat mengenai perpajakan diwujudkan melalui Sosialisasi Perpajakan, yang tidak hanya menyajikan rangkuman peraturan perundang-undangan dan proses perpajakan, namun juga dilakukan dengan cara yang menarik dan sesuai (Kurniawan & Limajatini, 2023).

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



METODE

Jenis Penelitian

Peneliti mengadopsi pendekatan yang berlandaskan pada positivisme dalam penelitian ini, dengan maksud untuk memverifikasi dan menguji hipotesis yang telah tersusun melalui penggunaan metode

kuantitatif. Kuesioner didistribusikan secara langsung kepada responden untuk pengumpulan data oleh peneliti. Kuesioner sebagai alat pengumpulan data sangat krusial dalam pendekatan survei yang digunakan dalam penelitian kuantitatif, di mana data mengenai variabel yang diteliti dikumpulkan dari responden. Hal ini dilakukan untuk menganalisis baik sampel maupun populasi yang bersifat kuantitatif (Herijawati & Anggraeni, 2018).

Objek Penelitian

Variabel seperti Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor, dan Sosialisasi Perpajakan telah diukur dalam penelitian yang dilakukan bersama mahasiswa fakultas bisnis Universitas Buddhi Dharma.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, kuesioner yang telah didistribusikan dan berisi pernyataan yang sudah ditulis, langsung diisi oleh para responden sebagai metode pengumpulan data primer yang bersifat kuantitatif.

Populasi dan Sampel

Selama periode 2020 hingga 2023, penelitian yang dijalankan melibatkan sampel sebanyak 1.423 individu yang dipilih dari populasi mahasiswa fakultas bisnis. Menurut Sugiarto (2003), dengan menerapkan strategi purposive sampling, ukuran sampel dihitung memakai rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang diperbolehkan sebesar 10%:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1423}{1 + (1423) 0,1^2}$$

$$n = 93,434$$

riset ini menggunakan 100 sampel (dibulatkan) untuk sampel penelitian yang dibutuhkan.

Tabel 1
Distribusi dan Pengembalian Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah kuesioner yang disebar	130
2	Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0
3	Jumlah kuesioner yang tidak dapat diolah	30
4	Jumlah kuesioner yang dapat diolah	100

Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data, digunakan distribusi kuesioner melalui google forms dan kuesioner fisik. Peneliti menggunakan skala Likert berangka lima untuk mengukur pendapat responden.

Tabel 2
Skala likert

(STS)	(TS)	(KS)	(S)	(SS)
1	2	3	4	5

Operasionalisasi Variabel Penelitian

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Ukuran seberapa efektif kualitas layanan yang ditawarkan memenuhi persyaratan dan preferensi wajib pajak yang berkualitas tinggi.

b. Pengetahuan Pajak (X2)

Tindakan strategis dapat diinisiasi menggunakan informasi perpajakan, yang tidak hanya memungkinkan Wajib Pajak memenuhi hak-hak dan kewajiban perpajakannya, tetapi juga memiliki peranan penting dalam hal tersebut.

c. Kesadaran Wajib Pajak (X3)

Pajak yang sudah dihitung secara otomatis harus didaftarkan, dibayar, dan dilaporkan oleh Wajib Pajak.

d. Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Y)

Seorang wajib pajak harus mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku agar dapat melaksanakan hak-hak perpajakan dan memenuhi kewajiban-kewajibannya dengan tepat.

e. Sosialisasi Perpajakan (Z)

Pemerintah telah berupaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui pembinaan dan peningkatan pemahaman.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis Pendekatan PLS-SEM, yang mencakup model luar dan model dalam, diimplementasikan melalui program SmartPLS 4.

1. Statistik Deskriptif

Memberikan deskripsi umum tentang data yang dapat diamati tanpa menarik kesimpulan yang luas. Setelah penyebaran kuesioner, data akan dianalisis dengan mengklasifikasikan karakteristik penelitian.

2. Uji Validitas Konvergen

Menurut (Ghozali, 2021) Validitas konevergent berkaitan dengan gagasan bahwa harus ada korelasi yang kuat antara ukuran-ukuran suatu konstruk. Menurut (Ghozali, 2016) nilai AVE setidaknya-tidaknya sebesar 0,5.

3. Uji Validitas Diskriminan

Cross loading setiap variabel memerlukan validitas diskriminan dengan indikasi refleksif lebih dari 0,70 (Ghozali, 2021).

4. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2019; 175) mengungkapkan bahwa uji reliabilitas digunakan sebagai mekanisme untuk memastikan konsistensi tanggapan dari responden dalam mengisi kuesioner. Sesuai dengan penjelasan Ghozali (2016), nilai Composite Reliability dan Cronbach alpha diharapkan masing-masing lebih dari 0,7 untuk menjamin keandalan tersebut.

5. Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisien jalur merupakan metrik yang menunjukkan arah hubungan antar variabel, yang berguna baik dalam hipotesis yang bersifat positif maupun negatif. Menurut Chin (1998) yang dikutip oleh Ghozali dan Latan (2015), ada tiga kriteria nilai *R-Square* yang menentukan kekuatan hubungan tersebut sebagai kuat, sedang, atau lemah, yaitu 0,67, 0,33, dan 0,19.

6. Uji *T Statistics*

T-Statistics adalah metrik yang digunakan dalam pengujian hipotesis untuk menentukan tingkat signifikansi. Hal ini ditentukan oleh proses *bootstrapping*.

Menentukan tingkat signifikansi adalah proses *bootstrapping*.

7. Uji Efek Moderasi

Nilai R-square yang di bawah 0,2 dianggap tidak dapat diterima menurut Sarstedt dan koleganya (2017). R-square sendiri digunakan untuk mengevaluasi model interaksi, dimana ukuran efek diklasifikasikan sebagai kecil pada 0,02, sedang pada 0,15, dan besar pada 0,35.

HASIL

1. Statistik Deskriptif

Tabel 3
Karakteristik Responden

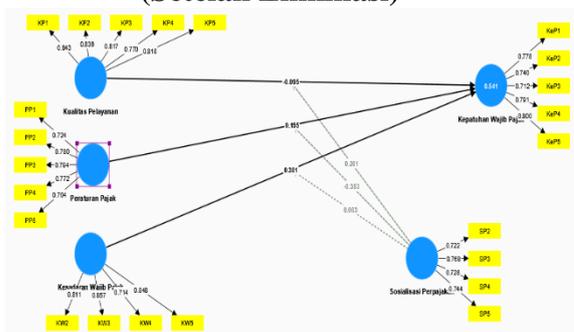
No	Keterangan
1	Hasil berdasarkan jenis kelamin
2	Hasil berdasarkan usia
3	Hasil berdasarkan angkatan tahun
4	Hasil berdasarkan jurusan
5	Hasil berdasarkan pekerjaan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan karakteristik responden yang diolah dari dasar hasil kuesioner.

2. Uji Validitas Konvergent

Gambar 2

Hasil Pengujian Loading Factor (Setelah Eliminasi)



Hasil Gambar 2 menunjukkan KW1 dan SP1 diketahui dengan nilai *standardized loading factor* dibawah 0.70 sebesar 0.647 dan 0.437, indikator tersebut dihilangkan dari konstruk dan semua indikator selain KW1 dan SP1 telah memenuhi *convergent validiy* yaitu > 0.50.

3. Uji Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composi te Reliabilit y	Kriteri a
Kualitas Pelayanan	0.876	0.881	0.909	> 0,70
Pengetahuan Pajak	0.814	0.828	0.869	> 0,70
Kesadaran Wajib Pajak	0.826	0.852	0.883	> 0,70
Kepatuhan Wajib Pajak	0.823	0.830	0.876	> 0,70
Sosialisasi Perpajakan	0.728	0.732	0.829	> 0,70

Temuan ini menunjukkan reliabilitas yang kuat dari semua konstruk, dengan reliabilitas gabungan dan nilai alpha Cronbach di atas 0,70.

4. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Tabel 5
Nilai R-Square

Variabel	Nilai R-Square	Nilai R-Square Adjusted
Kepatuhan Wajib Pajak	0.541	0.506

Nilai R-Square yang mencapai 0,541 menunjukkan bahwa 54% dari variabel tersebut terpengaruh oleh variabel lain dalam model, dan faktor eksternal mempengaruhi 46% sisanya.

5. Uji Bootstrapping

Tabel 6
Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (t0/STDEV)	P Values
X1 → Y1	-0.095	-0.071	0.139	0.680	0.497
X2 →	0.195	0.208	0.127	1.527	0.127

Y1					
X3 → Y1	0.381	0.372	0.128	2.977	0.003
Z1 x X1 → Y1	0.261	0.243	0.158	1.655	0.098
Z1 x X2 → Y1	-0.353	-0.339	0.148	2.392	0.017
Z1 x X3 → Y1	0.063	0.047	0.141	0.445	0.656

6. Uji Hipotesis

Tabel 7
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	T	P Values	Keterangan
	Statistic		
	(>1.96)	(<0.05)	
X1 → Y1	0.680	0.497	Tidak Signifikan
X2 → Y1	1.527	0.127	Tidak Signifikan
X3 → Y1	2.977	0.003	Signifikan
Z1 x X1 → Y1	1.655	0.098	Tidak Signifikan
Z1 x X2 → Y1	2.392	0.017	Signifikan
Z1 x X3 → Y1	0.445	0.656	Tidak Signifikan

Hasil menunjukkan H1, H2, H4, H6 ditolak dan H3, H5 diterima.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Dari hasil penelitian yang dijalankan, tidak langsung dapat dipastikan bahwa peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dijamin oleh Kualitas Pelayanan otoritas pajak, yang meliputi kecepatan dan kepuasan dalam penyampaian informasi serta nasihat pajak yang dapat dipahami dengan mudah. Hasil pengujian hipotesis yang disajikan menunjukkan bahwa, meskipun otoritas pajak menyediakan layanan berkualitas tinggi, terdapat faktor lain yang mempengaruhi tingkat kepatuhan. Tercatat bahwa nilai T statistics adalah sebesar 0.680, berada di bawah standar 1.96, dan nilai P yang sebesar 0.497, yang melampaui ambang batas 0.5, menunjukkan bahwa tidak ada dampak yang signifikan dari kualitas pelayanan tinggi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

2. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Dari analisis hipotesis, tercatat bahwa nilai T-statistik adalah 1.527, nilai yang lebih rendah daripada 1.96. Nilai P yang tercatat sebesar 0.127, melebihi batas yang ditetapkan yaitu 0.05, mengindikasikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengetahuan Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Ini menyimpulkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut tidak signifikan. Pemilik kendaraan bermotor yang secara berkala memperbarui pengetahuan tentang regulasi dan kewajiban perpajakan cenderung menunjukkan pemahaman yang mendalam dan terkini mengenai pajak. Kesulitan yang sering tidak terduga dari faktor eksternal kerap menghalangi pemilik kendaraan bermotor dalam menjaga Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di tingkat yang tinggi secara konsisten, meskipun mereka telah memperoleh pengetahuan yang mendalam.

3. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa nilai T statistics untuk variabel Kesadaran Wajib Pajak mencapai 2.977, melampaui ambang batas yang ditetapkan sebesar 1.96. Adapun nilai P Value tercatat sebesar 0.003, yang jauh lebih rendah dari ambang batas 0.5. Hal ini mengindikasikan bahwa Kesadaran Wajib Pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemilik kendaraan bermotor yang menunjukkan tingkat kesadaran pajak yang tinggi memiliki kecenderungan yang lebih baik dalam mematuhi ketentuan perpajakan. Kepatuhan mereka terhadap kewajiban perpajakan yang berkaitan dengan kepemilikan dan penggunaan kendaraan erat kaitannya dengan pengetahuan mereka

tentang peraturan perpajakan khusus untuk kendaraan bermotor. Demonstrasi penerapan regulasi tersebut menjadi sangat penting.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa nilai T Statistics mencapai hanya 1.655, berada di bawah nilai ambang batas 1.96, dan P value yang tercatat adalah 0.098, yang masih berada di bawah standar yang ditetapkan sebesar 0.05. Ini menunjukkan bahwa tidak terjadi pengurangan atau mitigasi dampak dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor akibat Sosialisasi Perpajakan. Dengan demikian, tidak dapat secara langsung dikatakan bahwa peningkatan Kualitas Pelayanan yang dipengaruhi oleh tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor merupakan indikator keberhasilan dari program Sosialisasi Perpajakan yang diimplementasikan oleh pemerintah. Terbukti bahwa pemerintah telah mengambil inisiatif aktif dalam meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak melalui program sosialisasi tersebut. Namun, keberhasilan dari program sosialisasi tersebut belum bisa langsung diantisipasi.

5. Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan berdampak signifikan dalam menurunkan pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Hal ini dibuktikan dengan nilai T Statistics yang tercatat sebesar 2.392, melebihi ambang batas yang ditetapkan sebesar 1.96. Akan tetapi, P value yang dicapai adalah 0.17, yang tidak memenuhi nilai normal sebesar 0.05. Terlihat jelas bahwa peningkatan pemahaman tentang

hukum dan kewajiban pajak bagi wajib pajak sangat penting, memungkinkan mereka untuk memahami konsekuensi dari pemenuhan atau ketidakpemenuhan kewajiban pajak mereka serta membuat keputusan yang lebih bijaksana. Efektivitas Sosialisasi Perpajakan telah meningkatkan pemahaman Wajib Pajak mengenai risiko dan sanksi terkait pelanggaran pajak kendaraan bermotor. Sebagai hasil dari kegiatan tersebut, Kesadaran Wajib Pajak terhadap kepentingan pembayaran pajak kendaraan bermotor, yang merupakan kontribusi penting bagi pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur, juga mengalami peningkatan.

6. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi

Dari hasil analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa nilai T Statistics mencapai 0.445, di bawah nilai kritis 1.96, dan P value yang tercatat adalah 0.656, melebihi batas toleransi 0.05. Indikasi ini menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan Kesadaran Wajib Pajak serta Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Menurut hasil yang diperoleh, diperlukan lebih dari sekedar peningkatan frekuensi Sosialisasi Perpajakan untuk mengoptimalkan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor; lembaga pemerintahan dan terkait harus memprioritaskan peningkatan Kesadaran Wajib Pajak.

KESIMPULAN

Analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa efek dari kualitas pelayanan, pengetahuan pajak, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dimoderasi oleh sosialisasi perpajakan.

1. Analisis statistik mengungkapkan bahwa nilai T Statistics untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0.680, yang tidak

- mencapai standar 1.96, dan nilai P mencapai 0.497, yang melewati ambang batas 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.
2. Terkait dengan variabel Pengetahuan Pajak (X2), nilai T Statistics yang tercatat adalah 1.527, tidak memenuhi nilai standar yang ditetapkan sebesar 1.96, dan nilai P yang dicatat adalah 0.127, juga melewati ambang batas 0.05. Ini menunjukkan bahwa secara parsial, Pengetahuan Pajak tidak mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor secara signifikan.
 3. Diperkuat oleh nilai T Statistics yang mencapai 2.977, melewati batas norma 1.96, serta nilai P yang tercatat hanya 0.003, lebih rendah dari ambang batas 0.05, disimpulkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak (X3) secara parsial mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak secara positif.
 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan parsial antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor berlangsung tanpa dipengaruhi oleh Sosialisasi Perpajakan (Z). Hal ini ditegaskan oleh nilai T Statistics yang berada pada 1.655, tidak mencukupi ambang minimal 1.96, dan nilai P yang mencapai 0.098, melebihi batas kritis 0.05.
 5. T Statistics menunjukkan nilai sebesar 2.392 yang melebihi batas 1.96 dan P Value sebesar 0.017, yang berada di bawah ambang 0.05, mengindikasikan bahwa peranan Sosialisasi Perpajakan (Z) sebagai penguat atau moderator dalam hubungan antara Kesadaran Wajib Pajak (X2) dan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Y) adalah signifikan.
 6. Terungkap melalui T Statistics sebesar 0.445 yang berada dalam kategori rendah karena tidak mencapai batas 1.96 dan nilai

P yang tercatat sebesar 0.656, melebihi batas normatif 0.05, bahwa Sosialisasi Perpajakan (Z) tidak efektif secara parsial dalam memoderasi atau mengurangi dampak antara Kesadaran Wajib Pajak (X3) dan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Z).

REFERENSI

- Amalia, A. R., & Anwar, S. (2023). Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Dimoderasi Sosialisasi Perpajakan. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 247. <https://doi.org/10.35906/equili.v12i2.1580>
- Eva, M. V., Arizona, I. P. E., & Dicriyani, N. L. G. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Pajak, Pengetahuan Perpajakan, Tingkat Pendapatan, Akuntabilitas Pelayanan Publik, Biaya Kepatuhan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kantor Samsat Badung. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi*, 5.
- Harjo, D. (2019). *Perpajakan Indonesia* (2 ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Herijawati, E., & Anggraeni, D. (2018). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan dan Kemudahan Perhitungan & Pembayaran Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Kewajiban Perpajakan Pada Sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Kecamatan Neglasari. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(1), 103. <https://doi.org/10.31253/pe.v16i1.53>
- Hidayat, I., & Maulana, L. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Tangerang. *Bongaya Journal for Research in Accounting*

- (BJRA), 5(1), 11–35.
<https://doi.org/10.37888/bjra.v5i1.322>
- Kowel, V. A. A., Kalangi, L., & Tangkuman, S. J. (2019). Pengaruh pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak dan modernisasi administrasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 4251–4260.
- Kurniawan, S., & Limajatini, L. (2023). Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Perpajakan, Tax Law Enforcement, dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus terhadap Mahasiswa dan Alumni Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). *Global Accounting*, 2(1), 101–110.
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga/article/view/1944>
- Lubis, I. (2019). *Akuntansi Perpajakan*.
- Milleani, A., & Maryono. (2022). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan SAMSAT Keliling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Kendal. *Kompak : Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1), 89–98.
<https://doi.org/10.51903/kompak.v15i1.611>
- Mirnasari, T. (2023). *Buku Ajar Perpajakan* (Kuswarak (ed.)). CV Eureka Media Aksara.
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan Teori & Kasus* (11 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sihombing, S. (2020). *Perpajakan (Teori dan Aplikasi)*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Widajantie, T. D., & Anwar, S. (2020). Pengaruh Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak, Dan Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Pada Kantor Bersama Samsat Surabaya Selatan). *Behavioral Accounting Journal*, 3(2), 129–143.
<https://doi.org/10.33005/baj.v3i2.103>
- Yani, R., & Simbolon, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Perpajakan, dan Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Kasus pada Mahasiswa dan Mahasiswi di Universitas Buddhi Dharma). *ECo-Buss*, 6(1), 357–366.
<https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.751>
- Yanti, L. D., Oktari, Y., Aprilyanti, R., Jenni, J., & Novianti, R. (2022). Penyuluhan Kepatuhan Pelaporan Pajak dalam rangka pengabdian kepada masyarakat Pada Pemuda Tridharma Indonesia Cabang Wihara Dharma Pala. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 40–45.
<https://doi.org/10.32877/nr.v2i1.573>