

PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK MELALUI KESADARAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Pelaku UMKM yang Terdaftar di KPP Pratama Semarang Timur)

Intan Karunia Sari, Saryadi
Email: Ikaruniasari@gmail.com

Abstract : This study aims to determine the effect of tax socialization and tax knowledge partially on taxpayer compliance through taxpayer awareness. The type of research used is explanatory research. Sampling uses the multistage sampling method, with 96 respondents being taxpayers of micro, small and medium enterprises (MSMEs) registered at the KPP Pratama Semarang Timur. The data used are secondary data from the report on tax receipts and the level of taxpayer compliance for the period 2014-2017, besides that with primary data from the respondents' direct answers in the form of processed questionnaires. This study uses descriptive analysis, validity test, reliability test, correlation coefficient, coefficient of determination, regression analysis, t test, F test, with the help of SPSS version 23 data processing and sobel test to analyze the effect of mediating variables. The results showed that tax socialization and taxation knowledge partially had a positive and significant effect on taxpayer awareness. Partially socialization of tax, knowledge of tax, awareness of taxpayers has a positive and significant effect on taxpayer compliance. As an intervening variable the awareness of taxpayers can be a mediation between tax socialization and tax knowledge partially towards taxpayer compliance.

Keywords:

Tax Socialization, Tax Knowledge, Taxpayer Awareness, and Taxpayer Compliance

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran wajib pajak. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Pengambilan sampel menggunakan metode multistage sampling, dengan 96 responden merupakan wajib pajak pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang terdaftar di KPP Pratama Semarang Timur. Data yang digunakan adalah data sekunder dari Laporan penerimaan pajak dan tingkat kepatuhan wajib pajak periode 2014 – 2017, selain itu dengan data primer dari jawaban langsung responden berupa kuesioner yang diolah. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi, uji t, uji F, dengan bantuan pengolahan data SPSS versi 23 dan uji sobel untuk menganalisis pengaruh variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak. Secara parsial sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sebagai variabel intervening kesadaran wajib pajak tidak dapat menjadi mediasi antara sosialisasi perpajakan dan pengetahuan perpajakan secara parsial terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci:

Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Kepatuhan Wajib Pajak

PENDAHULUAN

Dalam rangka mensukseskan pembangunan nasional, pajak menjadi sektor yang potensial dan ditempatkan pada posisi teratas sebagai sumber utama penerimaan negara. Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh setiap orang pribadi maupun badan yang bersifat memaksa, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar – besarnya kemakmuran rakyat. Walaupun dikatakan sebagai sumber utama penerimaan negara, akan tetapi penerimaan pajak tidak sesuai dengan target seperti yang terjadi pada KPP Pratama Semarang Timur. Salah satu dasar penerimaan pajak dapat sesuai target adalah wajib pajak yang patuh. Kepatuhan wajib pajak adalah kondisi dimana wajib pajak memenuhi kewajiban dan melaksanakan hak perpajakan (Rohmawati dkk, 2012), wajib pajak yang patuh dinilai dengan pemenuhan kewajiban perpajakan.

Stabilitas penerimaan pajak yang tidak menentu didasari oleh penerapan *self assesment system*, yaitu dengan memberi kepercayaan penuh kepada wajib pajak untuk melaksanakan sendiri kewajiban dan hak perpajakannya (Rahayu, 2010). Sistem pemungutan pajak yang mudah dan didukung partisipasi masyarakat dalam bentuk kepatuhan pajak merupakan cerminan yang baik dan berhasil. Namun kenyataannya, jumlah wajib pajak dalam kurun waktu tahun 2015 – 2017 cenderung menurun, sehingga penerimaan pajak di KPP Pratama Semarang Timur tidak dapat sesuai dengan target yang diharapkan.

Tabel 1.1
Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak KPP Pratama Semarang Timur

Tahun	WP UMKM	Realisasi SPT	Rasio SPT	Pertumbuhan WPUMKM
2014	4.087	3.338	82%	
2015	3.293	3.613	110%	(0,24)
2016	3.644	3.768	103%	0,11
2017	2.160	4.337	201%	(0,69)
Rata-Rata	3.296	3.764	124%	(0,27)

Sumber : KPP Pratama Semarang Timur, 2018

Berdasarkan pada tabel tersebut menunjukkan kenaikan jumlah realisasi SPT yang tidak sebanding dengan penurunan jumlah wajib pajak pelaku UMKM setiap tahunnya. Penurunan jumlah wajib pajak pada tabel di atas tentu disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya

sosialisasi yang dilakukan oleh KPP Pratama Semarang Timur atau pengetahuan yang dimiliki oleh wajib pajak yang kurang,

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak ?
2. Apakah pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak ?
3. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak ?
4. Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak ?
5. Apakah pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak ?
6. Apakah sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran wajib pajak ?
7. Apakah pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran wajib pajak ?

Landasan Teori

Pajak

Menurut Soemitro dalam bukunya Dasar-dasar Hukum Pajak dan Pajak Pendapatan (1990) menyatakan: “Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapatkan jasa timbal (kontraprestasi), yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum”.

Teori Perilaku

Theory of Planned Behaviour (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa perilaku yang ditimbulkan oleh individu muncul karena adanya niat untuk berperilaku. Wajib pajak yang memahami perpajakan, akan memiliki keyakinan tentang timbal balik yang diperoleh dari pajak (*behaviour beliefs*) Ketika akan bertindak, individu akan memiliki keyakinan tentang harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs*). Lalu timbul persepsi tentang seberapa kuat hal – hal yang mendukung dan menghambat perilakunya tersebut (*control beliefs*).

Berdasarkan *Theory Planned Behaviour* (TPB), pelaku usaha kena pajak akan berperilaku atau bertindak secara sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Apabila informasi perpajakan dalam hal peraturan dapat memberikan kemudahan, maka mampu mempengaruhi pelaku usaha kena pajak untuk dapat memilih tindakan yang akan diambilnya. Selain itu pengusaha kena pajak juga akan mempertimbangkan segala konsekuensi dalam

setiap tindakannya, hal ini disebabkan oleh hasil pertimbangan antara untung dan rugi serta timbal balik yang diperoleh.

Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 menyatakan bahwa “Kepatuhan perpajakan adalah tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara”.

Sosialisasi Perpajakan

Berdasarkan surat edaran Dirjen Pajak Nomor : SE-98/PJ/2011 dikatakan bahwa sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya dan proses memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat agar terdorong untuk paham, sadar, peduli, dan berkontribusi dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Pengetahuan Perpajakan

Pengetahuan Perpajakan ialah keadaan wajib pajak dalam memiliki pengetahuan mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan, sistem perpajakan, dan fungsi pajak (Anwar, 2015). Adanya pengetahuan perpajakan yang baik dapat membantu meningkatkan kepatuhan wajib pajak akan pentingnya membayar pajak dan wajib pajak dapat melakukannya sesuai dengan aturan perundang-undangan perpajakan. Jika wajib pajak tidak memiliki pengetahuan mengenai peraturan dan proses perpajakan, maka wajib pajak tidak dapat menentukan perilakunya dengan tepat.

Kesadaran Wajib Pajak

Suandy (2011) Kesadaran wajib pajak di definisikan sebagai berikut “Kesadaran wajib pajak artinya wajib pajak mau dengan sendirinya melakukan kewajiban perpajakannya seperti mendaftarkan diri, menghitung, membayar dan melaporkan jumlah pajak terutangnya”.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang di rikan baru didasarkan teori-teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data di lapangan. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat, disusun hipotesis sebagai berikut:

1. Ada pengaruh antara sosialisasi perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak
2. Ada pengaruh antara pengetahuan perpajakan terhadap kesadaran wajib pajak
3. Ada pengaruh antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak

4. Ada pengaruh antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak
5. Ada pengaruh antara pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak
6. Ada pengaruh antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran wajib pajak
7. Ada pengaruh antara pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran wajib pajak

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, menurut Sugiyono (2014) *explanatory research* ialah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel - variabel yang mempengaruhi hipotesis. Populasi dalam penelitian adalah 2.160 wajib pajak UMKM yang tersebar di 2 kecamatan yaitu Kecamatan Semarang Utara dan Semarang Timur. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *multy stage sampling*, tahap pertama dengan *cluster random sampling* dan tahap kedua *purposive sampling* secara *propotional*. Tahap pertama berdasarkan wilayah kerja KPP Pratama Semarang Timur yang memiliki 2 wilayah kerja yaitu Kecamatan Semarang Timur dan Kecamatan Semarang Utara, kemudian tahap kedua diambil 1 kelurahan. masing – masing kecamatan yang memiliki karakteristik dan persebaran UMKM paling banyak Kelurahan Panggung Lor mewakili Kecamatan Semarang Utara dan Kelurahan Rejosari mewakili Kecamatan Semarang Timur. Adapun kriteria yang dijadikan sampel adalah pelaku usaha yang sudah memiliki NPWP, pernah melakukan pelaporan pajak, dan berdomisili di wilayah kerja KPP Pratama Semarang Timur. Analisa data menggunakan berbagai uji dengan uji validitas, uji reliabilitas, tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linear, uji t, uji F, dan uji sobel untuk mengetahui pengaruh kesadaran wajib pajak sebagai variabel mediasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan mengenai pengaruh sosialisasi perpajakan, pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran wajib pajak sebagai variabel mediasi pada pelaku UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Semarang Timur.

Hipotesis pertama sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak, dengan nilai thitung $(6,770) > ttabel (1,9855)$. Hasil uji tersebut membuktikan bahwa kesadaran wajib pajak akan terbentuk apabila masing-masing wajib pajak telah mengikuti sosialisasi perpajakan, dan memahami isi dari sosialisasi yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Semarang Timur. Penyuluhan atau sosialisasi dapat

diterapkan dalam kegiatan praktis di lapangan yang dilakukan secara berkesinambungan, untuk dapat meningkatkan pengetahuan wajib pajak serta menumbuhkan kesadaran wajib pajak tentang kewajiban perpajakannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa (2015) jika sosialisasi perpajakan ditingkatkan, kesadaran wajib pajak akan lebih tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ***diterima***.

Hipotesis kedua yaitu pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran wajib pajak dengan nilai thitung (9,006) > ttabel (1,9855). Meningkatnya pengetahuan perpajakan baik formal dan non formal akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak (Suryadi, 2006). Artinya kesadaran wajib pajak akan terbentuk apabila wajib pajak memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai perpajakan. Hasil tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Ulfa (2015), jika pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh wajib pajak baik maka kesadaran wajib pajak akan tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ***diterima***.

Hipotesis ketiga yaitu sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai thitung (9,597) > ttabel (1,9855). Dengan sosialisasi perpajakan diharapkan dapat menambah nilai-nilai pada wajib pajak untuk membayar pajak. Sosialisasi dapat berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak sebab semakin sering kegiatan sosialisasi yang dilakukan Direktorat Jendral Pajak maka semakin meningkat pula kepatuhan wajib pajak dalam hal melaksanakan kewajiban perpajakannya (Lubis, 2017). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wati (2018) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ***diterima***.

Hipotesis keempat yaitu kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai thitung (5,553) > ttabel (1,9855). Kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya akan semakin meningkat jika dalam masyarakat muncul persepsi positif terhadap pajak dan melalui Erly Suandy (2011) dikemukakan bahwa kesadaran wajib pajak artinya wajib pajak mau dengan sendirinya melakukan kewajiban perpajakannya seperti mendaftarkan diri, menghitung, membayar dan melaporkan jumlah pajak terutang. Hal ini berarti semakin tinggi kesadaran yang dimiliki wajib pajak maka akan semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2010), Rahmadian, *et.al.* (2013) dan Tiraada (2013) yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat ***diterima***.

Hipotesis kelima menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dimana nilai thitung (9,322) > ttabel (1,9855). Pengetahuan perpajakan merupakan pajaknya akan semakin meningkat jika dalam masyarakat muncul persepsi positif terhadap pajak (Suandy, 2011) artinya wajib pajak mau dengan sendirinya melakukan kewajiban perpajakannya seperti mendaftarkan diri, menghitung, membayar dan melaporkan jumlah pajak terutang. Hal ini berarti semakin tinggi kesadaran yang dimiliki wajib pajak maka akan semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2010), Rahmadian, *et.al.* (2013) dan Tiraada (2013) yang menyatakan kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat **diterima**.

Hipotesis keenam yaitu sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran wajib pajak dimana nilai Fhitung (48,035) > Ftabel (3,098). Berdasarkan perhitungan uji sobel, dapat dijelaskan bahwa jalur a signifikan dan jalur b tidak signifikan, kemudian pada jalur c' signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wulandari (2015). Sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh KPP Pratama Semarang Timur merupakan salah satu cara yang efektif untuk menjangkau wajib pajak baru khususnya pelaku UMKM ataupun sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran serta kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak serta menjaga komitmen wajib pajak untuk terus patuh. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam **ditolak**.

Hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kesadaran wajib pajak dimana nilai Fhitung (43,194) > Ftabel (3,098). Berdasarkan perhitungan uji sobel, dapat dijelaskan bahwa jalur a signifikan dan jalur b tidak signifikan. Kemudian, pada jalur c' signifikan, sehingga berdasarkan panduan Baron dan Kenny (1986) kesadaran wajib pajak **tidak dapat** dikatakan sebagai variabel mediasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wulandari (2015). Meningkatnya pengetahuan perpajakan akan membuat semakin meningkat pula tingkat kesadaran dan kepatuhan wajib pajak (Rohmawati *et.al.*, 2013). Menurut Nugroho (2012) semakin tinggi pengetahuan dan pemahaman wajib pajak, maka wajib pajak dapat menentukan perilakunya dengan lebih baik dan sesuai dengan ketentuan perpajakan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketujuh **ditolak**.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan menggunakan SPSS 23.0, maka penulis menyimpulkan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh sosialisasi perpajakan,

pengetahuan perpajakan, dan kesadaran wajib pajak. Sosialisasi perpajakan yang baik mengakibatkan perilaku wajib pajak yang semakin sadar dan juga pengetahuan perpajakan mendukung pelaku usaha dalam memudahkan menjalankan kewajibannya dalam membayar pajak karena tidak dipungkiri bahwa setiap kegiatan usaha tidak akan luput dalam hal perpajakan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan dengan hasil sebagai berikut :

1. Sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran wajib pajak.
2. Pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran wajib pajak.
3. Sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
4. Kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
5. Pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
6. Kesadaran wajib pajak tidak signifikan dalam memediasi antara sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.
7. Kesadaran wajib pajak tidak signifikan dalam memediasi antara pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Saran

1. Pada variabel sosialisasi perpajakan terdapat indikator yang dibawah rata – rata, saran yang diberikan kepada KPP Pratama Semarang Timur adalah informasi yang disampaikan tentang peraturan pajak terbaru sebaiknya menggunakan pendekatan secara langsung kepada wajib pajak dengan memberikan undangan sosialisasi. Sementara dengan sosialisasi melalui media cetak dan elektronik perlu mempertimbangkan penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta penyampaian tata cara perpajakan ditampilkan secara lengkap, sehingga wajib pajak dapat memahami peraturan pajak terbaru dan dapat menentukan sikapnya dengan tepat.
2. Pada variabel pengetahuan perpajakan terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata – rata saran yang diberikan kepada KPP Pratama Semarang Timur adalah perlu pemberian informasi secara runtut tentang tata cara perpajakan dari mendaftarkan diri sebagai wajib pajak sampai dengan melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT). Selain itu sebaiknya wajib pajak perlu memperluas pengetahuannya dengan mengikuti sosialisasi atau pendidikan non formal perpajakan.

3. Pada variabel kesadaran wajib pajak, saran yang diberikan kepada KPP Pratama Semarang Timur adalah dengan menanamkan fungsi pajak bagi masyarakat, sehingga masyarakat khususnya wajib pajak sadar bahwa pajak yang dibayarkan untuk kepentingan bersama yang sudah terwujud dengan berbagai pembangunan fasilitas umum dan infrastruktur, selain itu dalam penghitungan jumlah pajak terutang perlu dipermudah dan diperjelas.
4. Pada variabel kepatuhan wajib pajak, saran yang diberikan kepada KPP Pratama Semarang Timur adalah dengan mengingatkan tanggal jatuh tempo pembayaran pajak dan pelaporan SPT kepada seluruh wajib pajak melalui media cetak seperti pemasangan billboard atau media elektronik seperti iklan. Disisi lain bagi wajib pajak yang merasa terbebani dengan membayar pajak dan perhitungan pajak terutang, dengan diberlakukannya tarif tunggal atau final yang semula 1% menjadi 0,5%, artinya pemerintah membantu mengurangi beban pajak pelaku UMKM dalam membayar pajak supaya lebih rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I, 1991. The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol. 50. Pp. 179 – 211.
- Anwar, Rizki Akbar. 2015. *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Perpajakan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Surakarta dengan Pengetahuan Perpajakan sebagai Variabel Pemediasi*. Skripsi. Program Studi Akutansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Arum, Harjanti Puspa. 2012. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Usaha Dan Pekerjaan Bebas (Studi di Wilayah KPP Pratama Cilacap). *Diponegoro Journal of Accounting* Vol. 1, No. 1
- Baron, R.M & Kenny, D.A. 1986. The moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of personality and Social Psychological*. 51(6).
- Fitria, V.D. 2010. “Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Pemeriksaan dan Kesadaran Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT)”. Skripsi. Universitas Islam Nusantara Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Lubis, Reza Hanafi. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Medan Belawan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. Vol. 3 No. 1 2017. ISSN 2523 - 0337.
- Nugroho. 2012. “Faktor-faktor yang mempengaruhi kemauan untuk membayar pajak dengan variabel intervening”. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rahayu, Siti Kurnia. *Perpajakan Indonesia (Konsep dan Aspek Sosial)*. Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta. 2010.
- Rochmat, Soemitro. 1990. *Dasar – Dasar Hukum Pajak dan Pajak Pendapatan*. Eresco. Bandung.

- Rohmawati, Lusia. Prasetyono dan Yuni Rimawati. 2012. *Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas pada KPP Pratama Gresik Utara)*. Prosiding Simposium Nasional Perpajakan 4.
- Suandy, Erly. *Hukum Pajak*. Edisi 6. (2014). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Tiraada, 2013. Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA*. Vol. 1. No. 3.
- Ulfa, Istika Herliani. 2015. Pengaruh Kesadaran, Pengetahuan Pajak dan Sikap Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pekerjaan Bebas di KPP Pratama Semarang Timur. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Dian Nuswantoro*. Vol. 4. No. 4.
- Wulandari. 2015. *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan Perpajakan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pekanbaru Senapelan)*. *Jurnal Ekonomi*. Universitas Riau.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.