

**PENGARUH MENTAL ACCOUNTING DAN DIGITALISASI LAYANAN PERPAJAKAN TERHADAP INTENSI KEPUTUHAN WAJIB PAJAK SERTA PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PEMODERASI PENGARUH LITERASI PERPAJAKAN TERHADAP INTENSI KEPUTUHAN WAJIB PAJAK**

**Ernawan Septia Putri Ussholehah<sup>1</sup>, Surawan Setya Budi Sungkono<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi SBI, Yogyakarta

<sup>1</sup>putriernawan@gmail.com

<sup>2</sup>surawan0508047001@stiesbi.ac.id

**Abstract**

This study aims to analyze the effect of tax literacy, mental accounting, and digitization of tax services on taxpayer compliance intentions, as well as examine the role of social media as a moderation variable. This study uses a quantitative approach with primary data collected through the distribution of questionnaires to 388 respondents who already have a tin and have reported a tax return. Data analysis techniques using Moderated Regression Analysis (MRA) with the help of SmartPLS software. The results showed that tax literacy, mental accounting, and digitalization of tax services have a significant effect on taxpayer compliance intentions. In addition, social media was not able to significantly moderate the effect of tax literacy on taxpayer compliance intentions. Based on these results, the government needs to continue to improve the quality of tax education, strengthen the psychological aspects of taxpayers, and optimize digital services to encourage compliance intentions. In addition, the use of social media as a means of tax education needs to be evaluated and improved because it has not been able to strengthen the relationship between tax literacy and taxpayer compliance intentions.

**Keywords:** Tax Literacy, Mental Accounting, Digitalization of Tax Services, Social Media, Taxpayer Compliance Intention.

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi perpajakan, *mental accounting*, dan digitalisasi layanan perpajakan terhadap intensi kepatuhan wajib pajak, serta menguji peran media sosial sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 388 responden yang telah memiliki NPWP dan pernah melaporkan SPT. Teknik analisis data menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan software *SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi perpajakan, *mental accounting*, dan digitalisasi layanan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap intensi kepatuhan wajib pajak. Selain itu, media sosial tidak mampu memoderasi pengaruh literasi perpajakan terhadap intensi kepatuhan wajib pajak secara signifikan. Berdasarkan hasil tersebut, pemerintah perlu terus meningkatkan kualitas edukasi perpajakan, memperkuat aspek psikologis wajib pajak, serta mengoptimalkan layanan digital untuk mendorong intensi kepatuhan. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi pajak perlu dievaluasi dan diperbaiki karena belum mampu memperkuat hubungan antara literasi perpajakan dan niat kepatuhan wajib pajak.

**Kata Kunci:** Literasi Perpajakan, *Mental Accounting*, Digitalisasi Layanan Perpajakan, Media Sosial dan Intensi Kepatuhan Wajib Pajak.

**A. PENDAHULUAN**

Indonesia membutuhkan investasi besar untuk membangun perekonomian, yang sebagian besar bersumber dari APBN. Pajak, sebagai penyumbang utama APBN, berperan penting dalam mendukung pendapatan negara. Dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2021 mengenai Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa pajak ialah kewajiban finansial yang harus dibayarkan

kepada negara oleh individu atau badan, yang ditetapkan oleh UU, tanpa mendapatkan imbalan langsung dan digunakan untuk kepentingan negara demi kesejahteraan rakyat. Ayza (2017) berpendapat bahwa pajak ialah transfer kekayaan dari sektor swasta ke sektor publik, yang dipungut tanpa imbalan langsung, namun akan dipakai pemerintah untuk kepentingan umum yang bisa dinikmati oleh semua warga.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 terkait Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) yang telah diperbarui melalui UU Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), kewajiban pajak meliputi pelaporan, perhitungan, dan pembayaran pajak yang sesuai dengan peraturan yang ada. Di Indonesia, masalah kepatuhan pajak tetap menjadi tantangan yang signifikan. Menurut laporan Direktorat Jenderal Pajak (2023), tingkat kepatuhan wajib pajak mengalami fluktuasi, dengan angka kepatuhan formal (pelaporan SPT) berada di kisaran 70-80%. Rendahnya tingkat kepatuhan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk kurangnya pemahaman mengenai peraturan perpajakan, kerumitan sistem perpajakan, serta pandangan negatif masyarakat terhadap penggunaan pajak oleh pemerintah (Supriyadi, 2019).

Digitalisasi layanan perpajakan adalah salah satu dari banyak reformasi perpajakan yang dilakukan pemerintah. Tujuannya ialah guna meningkatkan kepatuhan pajak wajib serta meningkatkan penerimaan pajak. Digitalisasi bertujuan untuk mempermudah administrasi pajak, meningkatkan transparansi, serta mengurangi celah bagi praktik penghindaran dan penggelapan pajak. Beberapa inovasi yang telah diterapkan antara lain: *Core Tax Administration System* (CTAS), *e-Billing*, dan *e-Faktur*. Adanya pengaruh digitalisasi layanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dikemukakan oleh sejumlah penelitian sebelumnya yakni Novita & Frederica (2023), Syadat & Irwansyah (2024), Azzahra & Krishantoro (2024) dan Hakki (2023) yang mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi digital memiliki dampak pada kepatuhan para pembayar pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Yanti (2024) dan Ristiyana *et al* (2024) yang menyimpulkan bahwa teknologi digital tidak memengaruhi kepatuhan para wajib pajak.

Faktor lain yang berperan penting adalah literasi perpajakan. Literasi perpajakan mencakup pemahaman dan pengetahuan yang perlu dipunyai oleh wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan, termasuk memahami hak, tanggung jawab, serta manfaat membayar pajak kepada negara. Dengan tingkat literasi yang baik, diharapkan kepatuhan wajib pajak meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penerimaan pajak negara. Adanya kepatuhan wajib pajak dipengaruhi literasi perpajakan dikemukakan oleh sejumlah penelitian sebelumnya yakni Nistiana *et al.* (2023), Putri & Junaidi (2023), Carolin (2023), Putri *et al.* (2023), dan Atifa *et al.* (2023) menyatakan bahwa literasi perpajakan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Penemuan peneliti memperlihatkan bahwa semakin tinggi literasi perpajakan mengarah pada kepatuhan wajib pajak yang lebih baik. Berbeda dari penelitian yang dilaksanakan oleh Mardhatilla *et al.* (2023) dan Yuliati & Fauzi (2020) menyatakan bahwa literasi tentang pajak tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Selain digitalisasi, *mental accounting* juga sebagai faktor penting untuk memengaruhi kepatuhan wajib pajak. *Mental accounting* mengacu pada cara individu mengategorikan dan mengelola keuangan mereka dalam "akun mental" yang berbeda, termasuk dalam alokasi pembayaran pajak. Wajib pajak yang memiliki *mental accounting* yang kuat dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran pajak cenderung lebih patuh dalam melaksanakan kewajibannya. Sebaliknya, individu yang memisahkan pajak dari aspek keuangan lainnya secara tidak optimal dapat memiliki persepsi yang berbeda tentang urgensi membayar pajak. Terdapat pengaruh *mental accounting* terhadap kepatuhan wajib pajak telah dikemukakan penelitian sebelumnya yakni Qisthon *et al.* (2021), Sadrin *et al.* (2021) dan Rahma (2022) menyebutkan bahwa *mental accounting* mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa individu yang memiliki kebiasaan *mental accounting* yang baik dalam mengelola keuangannya cenderung lebih patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Sesuai dengan perkembangan teknologi informasi, media sosial berperan penting dalam membentuk kelompok sosial yang mempengaruhi pola pikir atau cara berpikir seseorang. Dengan hubungan sosial yang semakin mudah dan komunikasi yang semakin cepat, penyebaran informasi juga menjadi lebih luas dan instan. Media sosial telah menjadi platform utama dalam menyebarkan informasi

perpajakan, baik melalui edukasi resmi dari pemerintah maupun diskusi antarwajib pajak. Melalui media sosial, masyarakat dapat dengan cepat memperoleh pemahaman mengenai kewajiban pajak, regulasi terbaru, serta manfaat kepatuhan pajak. Selain itu, adanya komunitas dan forum daring memungkinkan diskusi serta berbagi pengalaman terkait proses perpajakan, yang nantinya bisa menambah kesadaran dan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Nistiana *et al.* (2023), Putri & Junaidi (2023), Carolin (2023), Putri *et al.* (2023), dan Atifa *et al.* (2023) menemukan bahwa literasi perpajakan berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak. Berbanding terbalik dari penelitian yang dilaksanakan oleh Mardhatilla *et al.* (2023) dan Yuliati & Fauzi (2020) menemukan bahwa literasi tentang pajak tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Sejumlah penelitian sebelumnya menemukan bahwa literasi perpajakan di kalangan wajib pajak masih menunjukkan ketimpangan. Sebagian wajib pajak memang telah memahami hak dan kewajiban perpajakannya dengan baik, namun tidak sedikit yang masih memiliki tingkat pemahaman rendah. Hal ini dapat disebabkan oleh keterbatasan dalam mengakses informasi atau kurangnya minat untuk mempelajari lebih lanjut tentang perpajakan. Perbedaan tingkat literasi ini menjadi hambatan tersendiri dalam mendorong kepatuhan pajak secara menyeluruh. Dalam situasi seperti ini, literasi perpajakan belum tentu memberikan pengaruh langsung terhadap kepatuhan, apalagi jika tidak dibarengi dengan dukungan media komunikasi yang mampu menyampaikan informasi secara konsisten dan mudah dipahami. Oleh karena itu, media sosial memiliki potensi untuk berperan sebagai faktor yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh literasi perpajakan pada kepatuhan wajib pajak.

Wajib pajak yang mempunyai tingkat literasi perpajakan tinggi nantinya semakin terdorong agar terus patuh apabila mereka juga aktif mengakses atau terpapar konten perpajakan yang edukatif melalui media sosial. Informasi yang berulang dan mudah dipahami dari media sosial dapat memperdalam pemahaman yang sudah dimiliki, meningkatkan kesadaran, serta membentuk sikap positif terhadap kepatuhan pajak. Adanya pengaruh media sosial pada kepatuhan wajib pajak dikemukakan oleh penelitian sebelumnya yakni Harsyeno (2023) menyatakan bahwa media sosial mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Berbeda dari penelitian yang dilaksanakan oleh Fransiska & Karnawati (2024), Syadat *et al.* (2022) dan Fatmawati *et al.* (2024) menemukan bahwa media sosial tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini akan menyelidiki apakah literasi perpajakan, digitalisasi layanan perpajakan, dan *mental accounting* berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, serta menguji peran media sosial sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh literasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Akhirnya, penelitian ini berupaya mengisi ketimpangan hasil penelitian sebelumnya yang masih menunjukkan ketidakkonsistenan, dengan menekankan pentingnya literasi, pengelolaan keuangan melalui *mental accounting*, dan pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan kepatuhan pajak di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperjelas faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak di Indonesia.

## B. KAJIAN LITERATUR DAN TEORI

Icek Ajzen menciptakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada tahun 1985 merupakan lanjutan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang telah dikenalkan bersama Fishbein pada tahun 1980. TPB dibuat agar memberikan pemahaman yang lebih baik terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia, dengan menambahkan unsur kontrol perilaku yang dianggap ada, yang tidak ada dalam TRA (Ajzen (1985)). TPB menyatakan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh niat untuk melakukan perilaku tersebut, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh tiga komponen utama: *behaviour belief* merujuk pada keyakinan seseorang mengenai konsekuensi dari suatu perilaku, yang dapat berupa dampak positif atau negatif berdasarkan pengalaman atau informasi yang dimiliki (Ajzen, 2002), *normative belief* merujuk pada keyakinan seseorang mengenai pandangan atau harapan orang-orang di sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau masyarakat, terhadap suatu perilaku, dan *control belief* mencerminkan persepsi seseorang dianggap sulit atau mudah untuk dilakukan, yang dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya, pengalaman sebelumnya, serta potensi hambatan yang mungkin muncul (Ajzen, 2005).

Penelitian empiris mendukung penerapan TPB yang dikemukakan oleh Bobek & Hatfield (2003) menyatakan bahwa keyakinan akan manfaat kepatuhan pajak dan tekanan sosial dari lingkungan secara signifikan mempengaruhi niat wajib pajak untuk patuh. Torgler (2007) menyatakan bahwa *normative belief* memainkan peran penting dalam mendorong kepatuhan pajak, terutama dalam masyarakat dengan tingkat kepercayaan yang tinggi pada institusi pemerintah. Damayanti (2013) menyatakan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan, seperti akses terhadap informasi perpajakan dan kemudahan dalam penggunaan sistem digital, memiliki peran guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Maka dari itu, TPB menjadi landasan yang kuat dalam menjelaskan bagaimana faktor kognitif, sosial, dan kontrol atas sistem perpajakan mempengaruhi perilaku kepatuhan pajak, terutama di era digitalisasi perpajakan yang terus berkembang.

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang berasal dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang dinyatakan pertama kali oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980, lalu dikembangkan oleh Davis pada tahun (1986). TRA menjelaskan bahwa seseorang melakukan suatu tindakan karena ada niat atau keinginan untuk melakukannya secara bebas. Di sisi lain, TAM menjelaskan hubungan sebab-akibat antara keyakinan seseorang, terutama yang berkaitan dengan manfaat dan kemudahan dalam menggunakan suatu sistem informasi dengan perilaku, kebutuhan, dan pemakaian sistem tersebut. Tujuan utama dari TAM adalah guna memahami dan memprediksi sejauh mana pengguna dapat menerima sebuah sistem informasi. Davis (1986) dalam teori TAM menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi 5 konstruk, yaitu: persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*), persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*), sikap dalam menggunakan (*Attitude Toward Using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) dan perilaku dalam kondisi nyata penggunaan sistem (*Actual System Use*).

Dalam konteks perpajakan, kepercayaan wajib pajak terhadap keamanan data dalam e-Faktur dan *e-Filing* menjadi faktor krusial yang dapat meningkatkan atau menghambat kepatuhan pajak digital. Oleh karena itu, pemahaman terhadap *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi penting dalam mengevaluasi keberhasilan digitalisasi perpajakan. Pemerintah dan otoritas pajak perlu memastikan bahwa sistem perpajakan digital yang diterapkan tidak hanya mudah digunakan tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi wajib pajak.

Kepatuhan bisa diartikan sebagai ketiaatan pada aturan yang ada, sehingga kita dapat mengatakan bahwa kepatuhan berarti mengikuti aturan-aturan yang sudah ditetapkan (Primasari, 2016). Dalam konteks perpajakan, kepatuhan mengacu pada keadaan di mana wajib pajak menjalankan hak dan kewajiban mereka dengan disiplin, sesuai dengan aturan dan prosedur perpajakan yang berlaku (Zakya, 2014). Menurut Subekti (2016) kepatuhan wajib pajak merujuk pada sikap yang diambil oleh wajib pajak untuk mematuhi seluruh peraturan perpajakan secara sukarela. Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK. 03/2007 mengenai Tata Cara Penetapan Wajib Pajak Berdasarkan Kriteria Tertentu untuk Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak, wajib pajak yang memenuhi kriteria khusus akan disebut sebagai wajib pajak yang patuh. Berikut ialah syarat-syarat yang harus dipenuhi: menyerahkan surat pemberitahuan tepat waktu, tidak mempunyai utang pajak untuk seluruh jenis pajak, kecuali utang yang sudah mendapatkan izin untuk dicicil ataupun ditunda pembayarannya, laporan keuangan yang telah diaudit oleh akuntan publik maupun lembaga pengawasan keuangan pemerintah, tidak pernah dihukum atas tindak pidana perpajakan berdasarkan keputusan pengadilan yang sudah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam lima tahun terakhir.

Literasi perpajakan merujuk terhadap pengetahuan serta kemampuan seseorang agar memahami menginterpretasikan serta menerapkan informasi pajak pada pengambilan sebuah keputusan (Putri & Junaidi, 2023). Pengetahuan tersebut bisa berbentuk konsep serta ketentuan umum perpajakan, jenis pajak, kemampuan menghitung, mencatat serta melaporkan pajak (Sari, 2019). Menurut Lusardi & Mitchell (2014), literasi perpajakan berperan penting pada pengambilan keputusan ekonomi seseorang. Beberapa aspek utama dalam literasi perpajakan meliputi: pemahaman tentang sistem perpajakan, kemampuan menghitung pajak, pencatatan dan pelaporan pajak, hak dan kewajiban perpajakan.

Salah satu model perilaku konsumen adalah teori *mental accounting*, yang pertama kali diusulkan oleh Richard Thaler pada tahun 1985 dan didasarkan pada elemen mikro ekonomi dan psikologi (Thaler, 1999). *Mental accounting* merujuk pada rangkaian proses kognitif yang digunakan individu maupun rumah tangga dalam mengelola, menilai, dan memantau aktivitas keuangan mereka, di mana individu secara psikologis memisahkan uang ke dalam “akun-akun mental” yang berbeda berdasarkan sumber (misalnya gaji, bonus, hadiah) maupun tujuan penggunaannya (seperti hiburan, kebutuhan pokok, atau investasi). Bagi pelaku usaha kecil yang baru merintis bisnis, praktik menyisihkan sekitar 30% dari pendapatan sebagai cadangan untuk pajak merupakan strategi yang sejalan dengan prinsip *mental accounting*. Studi Muehlbacher *et al.* (2015) menunjukkan bahwa pemisahan dana pajak dari pendapatan utama berkorelasi positif dengan sikap positif terhadap pajak serta meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak. Namun demikian, meskipun istilah “*accounting*” digunakan, *mental accounting* bukan bagian dari ilmu akuntansi formal seperti yang menggunakan prinsip GAAP atau IFRS, melainkan merupakan konsep dalam *behavioral economics* yang menggambarkan cara manusia mempersepsi dan memperlakukan uang secara subjektif dan sering kali tidak rasional.

Digitalisasi adalah sistem berbasis internet yang mempengaruhi kemudahan dalam kebijakan serta administrasi perpajakan di level nasional serta internasional, memberikan alat-alat baru tetapi juga menimbulkan tantangan baru. Selain *e-Filing*, digitalisasi layanan perpajakan juga mencakup berbagai sistem lain seperti *e-Faktur*, *e-Billing*, dan *e-Form* yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi administrasi perpajakan serta transparansi dalam pelaporan pajak. Menurut Belahouaoui & Attak (2024), digitalisasi dalam layanan sistem perpajakan memungkinkan pemerintah untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, mengurangi biaya administrasi, serta meminimalkan kesalahan dalam pelaporan pajak.

Menurut Kotler & Keller (2012) platform media sosial adalah tempat di mana konsumen bisa bertukar informasi tentang produk melalui teks, gambar, atau video, baik di antara mereka sendiri maupun dengan perusahaan atau produsen. Selain itu, media sosial berperan sebagai sarana interaksi sosial karena memungkinkan komunikasi yang mudah diakses serta bisa dilaksanakan kapan pun serta di mana pun. Berikut adalah beberapa peran media sosial menurut Direktorat Jenderal Pajak (2023): media sosial berperan penting sebagai sarana edukasi dan sosialisasi perpajakan, media sosial membantu meningkatkan kepatuhan pajak, media sosial membantu otoritas pajak membangun citra positif dan memperkuat kepercayaan publik, media sosial mendukung pengawasan dan penegakan hukum, media sosial menjadi kanal interaksi yang efektif antara otoritas pajak dan wajib pajak.

### Penelitian terdahulu

Nistiana *et al.* (2023) menghasilkan temuan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh pemahaman tentang pajak; Putri & Junaidi (2023) menghasilkan temuan bahwa literasi pajak, pengimplementasian *e-filing*, sanksi pajak, serta pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di Kelurahan Cempaka Permai; Carolin (2023) menghasilkan temuan pendapatan, pemahaman pajak, penggunaan aplikasi pajak, dan kesadaran wajib pajak berdampak pada kepatuhan pajak wajib pajak UMKM di KPP Pratama Pondok Aren; Putri *et al.* (2023) menghasilkan temuan bahwa pembaruan sistem administrasi perpajakan, pemahaman pajak dan kesadaran perpajakan memengaruhi patuhnya wajib pajak; Atifa *et al.* (2023) menghasilkan temuan literasi pajak dan sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, tetapi pemanfaatan teknologi keuangan tak berdampak pada kepatuhan wajib pajak. Digitalisasi pajak mampu memodernisasi literasi pajak dan sosialisasi perpajakan. Namun, digitalisasi tidak bisa memodernisasi pemanfaatan teknologi finansial. Sedangkan penelitian yang dilaksanakan oleh Mardhatilla *et al.* (2023) menyatakan bahwa kepatuhan wajib pajak tidak dipengaruhi dari literasi pajak, sistem administrasi pajak kontemporer, atau sanksi pajak; dan Yuliati & Fauzi (2020) menemukan bahwa kepatuhan wajib pajak UMKM tidak dipengaruhi oleh literasi pajak dan layanan, tetapi oleh sanksi perpajakan.

Qisthon *et al.* (2021), menghasilkan temuan kepatuhan pajak dipengaruhi oleh pengetahuan tentang pajak, *mental accounting*, dan keadilan distributif; Sadrin *et al.* (2021) menghasilkan temuan *mental accounting*, *mental budgeting*, dan *tax planning* berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak; dan Rahma

(2022) menemukan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh *mental accounting* dan *mental budgeting*, tetapi perencanaan pajak tidak.

Novita & Frederica (2023) menghasilkan temuan digitalisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak; Syadat & Irwansyah (2024) menghasilkan temuan digitalisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak; Azzahra & Krishantoro (2024) menghasilkan temuan digitalisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di PT. Denki Engineering; Hakki (2023) menghasilkan temuan sistem pajak digital meningkatkan hubungan antara moral wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan Setiawan & Yanti (2024) menghasilkan digitalisasi pajak tidak berpengaruh signifikan pada kepatuhan; dan Ristiyana *et al.* (2024) menghasilkan temuan digitalisasi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Harsyeno (2023) menemukan bahwa penggunaan media sosial Instagram @ditjenpajakri berdampak pada reaksi masyarakat yang menggunakan layanan informasi dari Direktorat Jenderal Pajak; Fransiska & Karnawati (2024) menemukan bahwa religiusitas dan pandangan mengenai korupsi berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak, sementara kesadaran wajib pajak, mutu layanan pajak, dan sosialisasi melalui media sosial tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Sedangkan penelitian yang dilaksanakan Syadat *et al.* (2022) memperlihatkan bahwa media sosial masih belum optimal karena masih banyak orang, terutama generasi milenial, yang belum menyadari keberadaan media sosial Instagram; dan Fatmawati *et al.* (2024) menemukan bahwa sosialisasi, motivasi, dan akuntabilitas memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Namun, pemanfaatan media sosial tidak dapat mengontrol dampak sosialisasi, motivasi, dan akuntabilitas terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

### **Pengembangan Hipotesis**

Literasi perpajakan merujuk pada pemahaman serta keterampilan individu dalam mengenali, memahami, serta menerapkan aturan perpajakan dalam kehidupan mereka (Putri & Junaidi, 2023). Literasi perpajakan mencakup berbagai aspek, seperti pemahaman terhadap sistem perpajakan, kemampuan dalam menghitung pajak, pencatatan dan pelaporan pajak, serta pemahaman hak dan kewajiban perpajakan (Sari, 2019). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan memiliki hubungan yang erat dengan kepatuhan wajib pajak. Nistiana *et al.* (2023), Putri & Junaidi (2023), Carolin (2023), Putri *et al.* (2023), dan Atifa *et al.* (2023) menyatakan bahwa literasi perpajakan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Penemuan peneliti mengindikasikan bahwasanya semakin tinggi literasi perpajakan mengarah pada kepatuhan wajib pajak yang lebih baik.

H1: Literasi perpajakan berpengaruh positif terhadap intensi kepatuhan wajib pajak.

*Mental accounting* ialah kecenderungan individu dalam mengelola keuangan dengan membagi pengeluaran ke dalam kategori tertentu, termasuk untuk pembayaran pajak. Hal ini sesuai dari teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) yang menyebutkan bahwasanya persepsi kontrol atas suatu tindakan akan memengaruhi niat untuk melakukannya. Dengan adanya perencanaan keuangan melalui *mental accounting*, persepsi kontrol meningkat dan mendorong kepatuhan. Penelitian oleh Qisthon *et al.* (2021), Sadrin *et al.* (2021), dan Rahma (2022) menunjukkan bahwa *mental accounting* berpengaruh positif pada kepatuhan pajak. Oleh karena itu, semakin baik *mental accounting* seseorang, semakin tinggi intensinya agar patuh membayar pajak.

H2: *Mental accounting* berpengaruh positif terhadap intensi kepatuhan wajib pajak.

Digitalisasi layanan perpajakan merujuk pada penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem administrasi pajak. Digitalisasi ini mencakup berbagai layanan seperti *e-Filing*, *e-Billing*, e-Faktur, serta aplikasi pajak yang disediakan oleh otoritas pajak untuk memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (Yulianti & Fauzi, , 2020). Hal ini sesuai dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis. Pada konteks ini, digitalisasi layanan perpajakan dapat meningkatkan *perceived usefulness* karena membantu wajib pajak melaporkan dan membayar pajak secara lebih efisien. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi layanan perpajakan memiliki hubungan yang erat dengan kepatuhan wajib pajak. Novita &

Frederica (2023), Syadat & Irwansyah (2024), Azzahra & Krishantoro (2024) dan Hakki (2023) yang menyebutkan bahwasanya digitalisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Peningkatan transparansi dan kemudahan akses layanan pajak secara digital memberikan pengalaman yang lebih baik bagi wajib pajak, sehingga mereka lebih cenderung patuh dalam melaporkan dan membayar pajak.

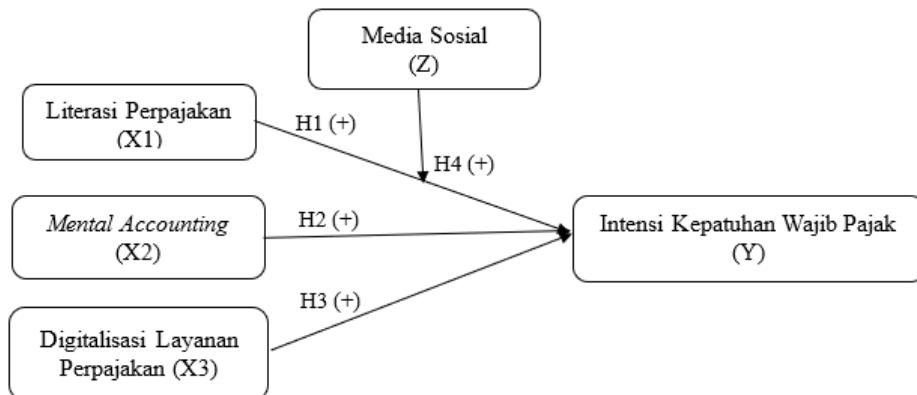
H3: Digitalisasi layanan perpajakan berpengaruh positif terhadap intensi kepatuhan wajib pajak.

Media sosial merupakan platform online yang memberikan peluang bagi penggunanya untuk segera membuat, membagikan, dan berkomunikasi dengan informasi secara luas. Dalam konteks perpajakan, media sosial memainkan peran penting sebagai sarana penyebarluasan informasi, edukasi, serta diskusi seputar kewajiban perpajakan antarwajib pajak maupun otoritas pajak (Kaplan & Haenlein, 2010). Menurut Harsyeno (2023), media sosial mampu meningkatkan pemahaman wajib pajak terkait peraturan dan kewajiban pajak apabila digunakan secara tepat sebagai media edukatif. Melalui media sosial, seperti Instagram, YouTube, TikTok, Twitter, dan Facebook memiliki potensi besar sebagai sarana edukasi perpajakan karena karakteristiknya yang interaktif, mudah diakses, dan mampu menjangkau berbagai segmen masyarakat secara luas dan cepat. Penelitian oleh Fransiska & Karnawati (2024) dan Fatmawati et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial tidak memengaruhi kepatuhan pajak secara langsung. Namun, media sosial dapat berfungsi sebagai faktor konteks yang bisa memperkuat atau melemahkan pengaruh faktor lain, seperti literasi. Oleh karena itu, media sosial berperan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi hubungan antara literasi perpajakan serta niat untuk patuh terhadap pajak.

Penelitian oleh Fransiska & Karnawati (2024) dan Fatmawati et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial tidak memengaruhi kepatuhan pajak secara langsung. Namun, media sosial dapat berfungsi sebagai faktor konteks yang bisa memperkuat atau melemahkan pengaruh faktor lain, seperti literasi. Oleh karena itu, media sosial berperan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi hubungan antara literasi perpajakan serta niat untuk patuh terhadap pajak.

H4: Media sosial memperkuat pengaruh literasi perpajakan terhadap intensi kepatuhan wajib pajak.

## Model Penelitian



## C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Pada penelitian ini hanya berfokus pada kuesioner yang dibagikan secara personal oleh peneliti dalam format *google form* dan disebar melalui media sosial. Metode pengambilan sampel peneliti menggunakan *purposive sampling*. Peneliti menggunakan kriteria responden Wajib Pajak Orang Pribadi, responden yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) serta pernah melaporkan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT).

Penelitian ini menggunakan variabel yang terdiri dari variabel dependen, independen, dan variabel moderasi. Variabel dependen yang digunakan yaitu intensi kepatuhan wajib pajak, variabel

independent yang digunakan yaitu literasi perpajakan, *mental accounting* dan digitalisasi layanan perpajakan, dan variabel moderasi yang digunakan yaitu media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan basis *Partial Least Square* (PLS). Teknik ini dipilih karena kemampuannya dalam menganalisis model yang kompleks, khususnya yang melibatkan banyak indikator dan variabel laten, serta karena sifatnya yang tidak menuntut syarat distribusi data normal secara multivariat. Pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4.0, yang memungkinkan proses estimasi model melalui metode bootstrapping, sehingga tetap dapat digunakan meskipun jumlah sampel penelitian relatif kecil (Ghozali, 2021). Analisis PLS-SEM terdiri dari dua tahap utama, yaitu analisis outer model dan analisis inner model, yang masing-masing memiliki prosedur dan tujuan yang berbeda.

Menurut Gaol dan Sarumaha (2022), terdapat 5 faktor yang menentukan intensi kepatuhan wajib pajak: mengisi formulir dengan akurat, menghitung pajak oleh orang yang wajib pajak, membayar pajak tepat waktu, mematuhi peraturan yang ditetapkan dalam pajak, aspek penegakan hukum. Menurut Ma'rufah dan Sari (2023) beberapa tanda literasi perpajakan sebagai berikut: Pemahaman dan pengetahuan tentang NPWP, Pengetahuan serta pemahaman individu mengenai sistem dan prosedur perpajakan, pengetahuan dan pemahaman mengenai peraturan pajak yang terkini, wawasannya tentang tenggat waktu untuk membayar pajak dan menyampaikan SPT, wawasan dan pengertian mengenai sanksi ketidakpatuhan pajak. Menurut Kusnandar *et al.*, (2022) indikator *mental accounting* adalah: mempersepsikan, membedakan, mengevaluasi. Menurut Tambun *et al.* (2019) indikator digitalisasi layanan perpajakan adalah aplikasi pajak yang menggunakan teknologi digital, akses informasi pajak yang mudah, ramah pengguna dan pengalaman yang baik, inovasi dalam layanan yang berbasis digital. Menurut Solis (2011) adapun indikator media sosial adalah *context, communication, collaboration, connection*.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui kuesioner *online* yang disebarluaskan dengan tertutup pada responden yang memiliki NPWP dan telah melaporkan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT). Instrumen disusun menggunakan skala *likert* 1–5. Untuk memastikan keseriusan responden, dilakukan penyaringan data dengan mengecek konsistensi jawaban dan pola pengisian dengan menambahkan pernyataan negatif. Dari total kuesioner yang masuk, sebanyak 388 data yang memenuhi kriteria valid yang digunakan dalam analisis.

**Tabel 1**  
**Demografi Responden**

Variabel	Kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	203	52,3
	Perempuan	185	47,7
Umur	17-30 Tahun	128	33,0
	30,1-40 Tahun	101	26,0
	40,1-50 Tahun	93	24,0
	>50 Tahun	66	17,0
Dомisili	DKI Jakarta	21	5,4
	Jawa Barat	28	7,2
	Jawa Tengah	51	13,1
	DI Yogyakarta	217	55,9
	Jawa Timur	19	4,9
	Banten	17	4,4
	Lampung	25	6,4
	Kalimantan Timur	7	1,8
	Kepulauan Riau	2	0,5
	Surabaya	1	0,3

	SD	0	0,0
	SMP	1	0,3
	SMA	49	12,6
Pendidikan	Diploma	62	16,0
	S-1	185	47,7
	S-2	75	19,3
	S-3	16	4,1
	Pegawai/Karyawan	163	42,0
Pekerjaan	Dosen	41	10,6
	Guru	50	12,9
	Pengusaha	35	9,0
	Lainnya	99	25,5
Jenis SPT Tahunan	Formulir 1770 SS	195	50,3
	Formulir 1770 S	137	35,3
	Formulir 1770	56	14,4
	Rp 0,00 s.d	195	50,3
	Rp 60.000.000,00		
	Rp 60.000.001,00 s.d	105	27,1
	Rp 250.000.000,00		
Penghasilan pertahun	Rp 250.000.001,00 s.d	32	8,2
	Rp 500.000.001,00		
	Diatas	56	14,4
	Rp 500.000.000,00		

Tabel 1 sebagai gambaran karakteristik para responden yang berusia antara 17 - 30 Tahun, yang mencakup 128 orang dan memiliki persentase 33,0%. Untuk kelompok usia 30,1 - 40 Tahun, terdapat 101 responden dengan persentase 26,0%. Selanjutnya, untuk usia 40,1 - 50 Tahun, jumlah responden adalah 93 orang dengan persentase 24,0%, dan untuk kelompok di atas 50 Tahun, terdapat 66 responden dengan persentase 17,0%. Mayoritas responden dalam penelitian ini berdomisili di DI Yogyakarta dengan jumlah 217 orang (55,9%), diikuti oleh Jawa Tengah sebanyak 51 orang (13,1%). Sementara itu, provinsi dengan jumlah responden yang hampir sama antara lain Jawa Barat (28 orang, 7,2%) dan Lampung (25 orang, 6,4%). Adapun jumlah responden paling sedikit berasal dari Surabaya, yaitu hanya 1 orang (0,3%). Responden berdasarkan pendidikan tidak ada responden yang memiliki Pendidikan SD, dengan persentase 0,0%. Sementara itu, terdapat 1 responden berpendidikan SMP, yang menunjukkan persentase sebesar 0,3%. Untuk pendidikan SMA, ada 49 responden dengan persentase 12,6%. Pendidikan Diploma diwakili oleh 62 responden, atau 16,0%. Jumlah responden dengan pendidikan S-1 adalah 185, yang berarti persentasenya mencapai 47,7%. Terdapat juga 75 responden dengan pendidikan S-2, yang setara dengan 19,3%. Terakhir, 16 responden memiliki pendidikan S-3, dengan persentase 4,1%. responden berdasarkan pekerjaan Pegawai/Karyawan sebanyak 163 orang dengan persentase 42,0%, Dosen sebanyak 41 responden yang persentasenya 10,6%, Guru sebanyak 50 responden yang persentasenya 12,9%, Pengusaha sebanyak 35 responden yang persentasenya 9,0%, Lainnya sebanyak 99 responden yang persentasenya 25,5%. Maka dapat dikatakan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini bekerja sebagai Pegawai/Karyawan dengan persentase 42,0%. Responden berdasarkan Formulir 1770 SS sebanyak 195 orang dengan persentase 50,3%, Formulir 1770 S sebanyak 137 responden yang persentasenya 35,3%, Formulir 1770 sebanyak 56 responden yang persentasenya 14,4%. Maka dapat dikatakan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini menggunakan Formulir 1770 SS dengan persentase 50,3%. Mayoritas responden pada penelitian ini mempunyai penghasilan per tahun sebesar Rp 0,00 s.d Rp 60.000.000,00, yaitu sebanyak 195 orang (50,3%). Kelompok penghasilan berikutnya yang cukup besar adalah Rp 60.000.001,00 s.d Rp 250.000.000,00 dengan 105 responden (27,1%). Sementara itu, responden dengan penghasilan Rp 250.000.001,00 s.d Rp

500.000.000,00 berjumlah 32 orang (8,2%), dan yang berpenghasilan di atas Rp 500.000.000,00 sebanyak 56 orang (14,4%).

**Tabel 2**  
**Hasil Analisis Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
LP1	388	1,00	5,00	4,07	0,93
LP2	388	1,00	5,00	4,20	0,80
LP3	388	1,00	5,00	4,04	0,88
LP4	388	1,00	5,00	4,14	0,82
LP5	388	1,00	5,00	4,13	0,86
MA1	388	1,00	5,00	4,11	0,88
MA2	388	1,00	5,00	4,14	0,89
MA3	388	1,00	5,00	4,19	0,78
MA4	388	1,00	5,00	4,08	0,88
MA5	388	1,00	5,00	4,16	0,81
DLP1	388	1,00	5,00	4,22	0,85
DLP2	388	1,00	5,00	4,19	0,80
DLP3	388	1,00	5,00	4,22	0,73
DLP4	388	1,00	5,00	4,12	0,83
DLP5	388	1,00	5,00	4,30	0,74
IKWP1	388	1,00	5,00	4,37	0,73
IKWP2	388	1,00	5,00	4,38	0,73
IKWP3	388	1,00	5,00	4,04	1,01
IKWP4	388	1,00	5,00	4,29	0,72
IKWP5	388	1,00	5,00	4,37	0,74
MS1	388	1,00	5,00	4,05	0,92
MS2	388	1,00	5,00	4,13	0,85
MS3	388	1,00	5,00	3,98	0,96
MS4	388	1,00	5,00	3,99	0,89
MS5	388	1,00	5,00	4,12	0,84

Dari tabel 2 variabel literasi perpajakan diukur melalui lima indikator (LP1–LP5) dengan nilai *mean* berkisar antara 4,04 hingga 4,20. Rata-rata tertinggi terdapat pada indikator LP2 4,20 yang menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Standar deviasi seluruh indikator berada di kisaran 0,82–0,93 yang menunjukkan adanya variasi moderat dalam jawaban responden. Secara umum, ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi positif terhadap pentingnya pemahaman pajak dalam aktivitas mereka.

Variabel *mental accounting* dengan nilai *mean* antara 4,06 hingga 4,14. Nilai tertinggi tercatat pada indikator MA2 dan MA5 (*mean* = 4,14), mengisyaratkan bahwa mental dalam praktik akuntansi sangat dihargai oleh responden. Standar deviasi berada di kisaran 0,86 hingga 0,90 yang menunjukkan distribusi jawaban cukup konsisten.

Variabel digitalisasi layanan perpajakan menunjukkan nilai *mean* antara 4,16 hingga 4,22. Nilai rata-rata tertinggi tercatat pada indikator DLP2 (*mean* = 4,22), yang menunjukkan bahwa responden menilai yang menunjukkan bahwa responden menilai penggunaan teknologi dalam layanan perpajakan, seperti e-Filing, e-Billing, dan e-Faktur, sebagai aspek penting dalam meningkatkan kemudahan dan efisiensi pemenuhan kewajiban perpajakan. Nilai standar deviasi indikator pada variabel ini berada di kisaran 0,81 hingga 0,89, yang mengindikasikan bahwa persebaran jawaban responden relatif merata, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi terhadap digitalisasi layanan perpajakan secara umum cukup konsisten dan positif.

Variabel intensitas kepatuhan wajib pajak (IKWP) dengan nilai *mean* berkisar antara 4,20 hingga 4,38. Indikator IKWP2 memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu 4,38, menandakan bahwa mayoritas responden

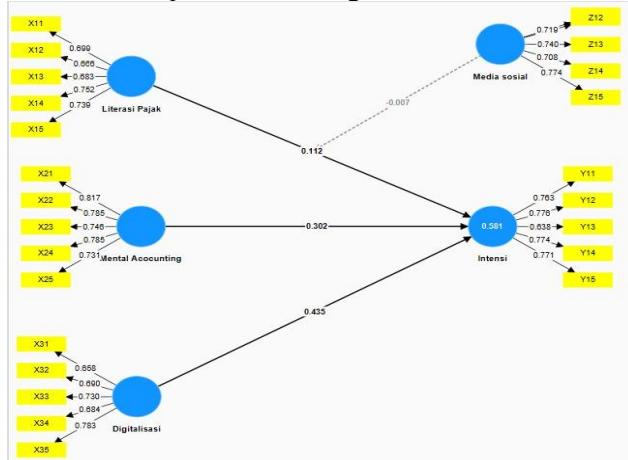
menunjukkan intensitas kepatuhan yang tinggi terhadap kewajiban perpajakan mereka. Standar deviasi indikator ini relatif rendah (0,77–0,88) yang menunjukkan persebaran jawaban yang tidak ekstrem.

Variabel media sosial (MS) dengan nilai mean antara 3,98 hingga 4,13. Nilai tertinggi terdapat pada indikator MS2 (mean = 4,13) yang menunjukkan bahwa responden menganggap media sosial cukup efektif dalam menyampaikan informasi perpajakan. Sementara itu, standar deviasi berkisar antara 0,84 hingga 0,90, yang menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap peran media sosial cukup bervariasi namun masih dalam kategori moderat.

Berdasarkan analisis statistik deskriptif tersebut, seluruh variabel memiliki nilai rata-rata di atas nilai tengah skala Likert (3,00), yang berarti responden secara umum memberikan penilaian positif terhadap literasi pajak, moralitas akuntan, diseminasi literasi, kepatuhan perpajakan, serta peran media sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor tersebut dianggap memiliki pengaruh penting dalam mendorong kepatuhan pajak, terutama melalui pendekatan edukatif dan penggunaan teknologi komunikasi digital.

## Hasil Pengujian *Outer Model*

Pada hasil olahan yang telah dilakukan diketahui bahwa hasil dari perhitungan menggunakan software SmartPLS pada bagian *outer model* dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1

Pada gambar 1 meperlihatkan bahwa memiliki hasil yang valid dikarenakan setiap variabel mendapatkan hasil *outer loading* > 0,5 (Algafari, 2016). *Outer model* ini adalah langkah pertama dalam prosedur pengevaluasian model menggunakan SEM PLS yang dimana bertujuan untuk menilai validitas dan realibilitas dari model. Berikut adalah pemaparan pengujian menggunakan program SEM PLS 4.0.

## Uji Validitas

Pada uji *convergent validity* dilakukan untuk melakukan pengujian validitas dalam model PLS. Validitas ini dilihat dari nilai atau indikator pada konstruknya, atau faktor penambahan, yang dapat dilihat dari *output outer loading*.

**Tabel 3**  
**Hasil Perhitungan Loading Factor**

Variabel	Indikator	Nilai Loading Factor	Keterangan
Literasi Perpajakan (LP)	LP1	0,69	Valid
	LP2	0,66	Valid
	LP3	0,68	Valid
	LP4	0,75	Valid
	LP5	0,73	Valid
<i>Mental Accounting</i> (MA)	MA1	0,81	Valid
	MA2	0,78	Valid
	MA3	0,74	Valid
	MA4	0,78	Valid
	MA5	0,73	Valid
Digitalisasi Layanan Perpajakan (DLP)	DLP1	0,65	Valid
	DLP2	0,69	Valid
	DLP3	0,73	Valid
	DLP4	0,68	Valid
	DLP5	0,78	Valid
Intensi Kepatuhan Wajib Pajak (IKWP)	IKWP1	0,76	Valid
	IKWP2	0,77	Valid
	IKWP3	0,63	Valid
	IKWP4	0,77	Valid
	IKWP5	0,77	Valid
Media Sosial (MS)	MS1	0,71	Valid
	MS2	0,76	Valid
	MS3	0,74	Valid
	MS4	0,70	Valid
	MS5	0,77	Valid

Dari Tabel 3, diatas menunjukkan bahwa semua variabel tersebut mendapatkan hasil *loading factor*  $\geq 0,60$ , sehingga dapat diartikan setiap indikator pembentuk konstruk variabel literasi perpajakan, *mental accounting*, digitalisasi layanan perpajakan, intensi kepatuhan wajib pajak dan media sosial dinyatakan valid.

Pada metode lainnya dapat diterapkan dalam melakukan evaluasi validitas konvergen adalah dengan mengevaluasi nilai (AVE). Apabila nilai AVE  $\geq 0,50$ , artinya konstruk tersebut memenuhi validitas konvergen yang bagus dan bisa digunakan untuk mengukur separuh varians dari indikatornya (Algifari, 2015).

**Tabel 4**  
**Hasil Nilai AVE**

Variabel	Nilai AVE	Keterangan
Literasi Perpajakan (LP)	0,50	Valid
<i>Mental Accounting</i> (MA)	0,59	Valid
Digitalisasi Layanan Perpajakan (DLP)	0,50	Valid
Intensi Kepatuhan Wajib Pajak (IKWP)	0,55	Valid
Media Sosial (MS)	0,54	Valid

Tabel 4 diatas menunjukkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) literasi perpajakan, *mental accounting*, digitalisasi layanan perpajakan, intensi kepatuhan wajib pajak dan media sosial  $\geq 0,50$  maka dapat disimpulkan kelima variable tersebut dinyatakan valid.

### **Uji Reliabilitas**

Nilai gabungan reliabilitas dan cronbach's alpha  $\geq 0.70$  maka dapat dinyatakan reliabel (Algifari, 2016).

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Literasi Perpajakan (LP)	0,75	0,83	Reliabel
<i>Mental Accounting (MA)</i>	0,83	0,88	Reliabel
Digitalisasi Layanan Perpajakan (DLP)	0,75	0,83	Reliabel
Intensi Kepatuhan Wajib Pajak (IKWP)	0,79	0,86	Reliabel
Media Sosial (MS)	0,79	0,85	Reliabel

Berdasarkan tabel 5 diatas, nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari variabel literasi perpajakan, *mental accounting*, digitalisasi layanan perpajakan, intensi kepatuhan wajib pajak dan media sosial  $\geq 0,70$  sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variable tersebut dinyatakan reliabel.

### **Inner Model**

Model ini dapat dilihat menggunakan hasil nilai pada *coefficient determination* (R2) dan *effect size* (F2) (Hair et al., 2021).

### **Coefficient of determinanion (R-Square)**

Ada tiga kategori, menurut Hair Jr. et al. (2021): nilai 0.75 menunjukkan hasil yang kuat, selanjutnya untuk nilai 0.50 memberikan hasil model yang sedang, dan pada hasil nilai 0.25 maka menunjukkan hasil model yang lemah. Dalam perhitungan nilai R-Square dengan SmartPLS 4.0 ditunjukkan pada tabel 4.6:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji R-Square**

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted	Keterangan
Intensi Kepatuhan Wajib Pajak	0,58	0,57	Sedang

Berdasarkan hasil dalam tabel 6 diatas dapat disimpulkan bahwa literasi perpajakan, *mental accounting*, digitalisasi layanan perpajakan, dan media sosial bisa memprediksi hubungan sebesar 58% terhadap intensi kepatuhan wajib pajak, sementara 42% dipengaruhi oleh variabel lain.

### **Q-Square**

Nilai *Q-Square* kurang dari 0.02 menunjukkan hasil pada model memiliki nilai prediktor relevansi rendah; nilai *Q-Square* antara 0.02 dan 0.15 mengidikasikan bahwa model memiliki nilai prediktor relevansi yang sedang atau moderat; dan hasil *Q-Square* lebih dari 0.15 mengidikasikan bahwasannya model ini memiliki nilai prediktor relevansi yang tinggi (Ghozali, 2016).

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Q-Square**

	<i>Q2 Predict</i>
Intensi Kepatuhan Wajib Pajak	0,31

Dari hasil *Q-Square*, menghasilkan nilai 0,31 dimana disimpulkan bahwa nilai *Q-Square* memiliki nilai  $\geq 0.15$ . dimana mengidikasikan model yang digunakan memiliki prediktor relevansi tinggi. Hasil pada *Q-Square* berdasarkan tabel 4.13 dapat dikategorikan kuat karena memiliki nilai  $> 0,31$  yang berarti dapat memprediksi secara lebih akurat.

### **Effect Size (F2)**

Menurut Hair et al. (2021), hasil yang menunjukkan 0,02 memiliki pengaruh yang lemah, hasil yang menunjukkan angka 0,15 memiliki pengaruh secara moderat, dan hasil yang menunjukkan angka 0,33 maka memiliki pengaruh yang kuat.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji F-Square**

Variabel	Intensi Kepatuhan Wajib Pajak
Literasi Perpajakan	0,01
Mental Accounting	0,10
Digitalisasi Layanan Perpajakan	0,20
Media Sosial	0,00
M-Literasi Perpajakan	0,00

Berdasarkan tabel 8 menampilkan hasil analisis struktural antar konstruk dalam model penelitian yang terdiri dari variabel utama: literasi perpajakan, *mental accounting*, digitalisasi layanan perpajakan. Berdasarkan nilai koefisien jalur (*path coefficient*) dan angka estimasi yang ditampilkan, terdapat hubungan yang lemah pada literasi perpajakan terhadap intensi kepatuhan wajib pajak, dengan nilai koefisien sebesar 0,01, yang mengindikasikan bahwa menunjukkan bahwa kedua konstruk tersebut tidak memberikan kontribusi berarti secara langsung terhadap variabel dependen. *Mental accounting* juga menunjukkan pengaruh yang lemah terhadap intensi kepatuhan wajib pajak dengan nilai koefisien sebesar 0,10. Sedangkan digitalisasi layanan perpajakan memiliki pengaruh yang kuat terhadap intensi kepatuhan wajib pajak dengan nilai koefisien sebesar 0,20. konstruk tersebut tidak memberikan kontribusi berarti secara langsung terhadap variabel dependen.

### **Goodness of Fit**

SRMR adalah ukuran kesesuaian model yang menunjukkan selisih standar antara matriks korelasi yang diobservasi dan yang diprediksi oleh model. Apabila nilai SRMR lebih kecil dari 0,10 dan nilai idealnya adalah dibawah 0,08. NFI (*Normal Fit Index*), mengukur peningkatan model struktural dibandingkan model dasar (*null model*) yang tidak mengasumsikan hubungan antar konstruk. Nilai NFI yang mendekati 1 menunjukkan model yang semakin baik atau idealnya adalah  $\geq 0,90$ .

**Tabel 9**  
**Hasil Uji model Fit**

	Saturated Model	Estimated Model	Keterangan
SRMR	0,06	0,06	Fit
NFI	0,80	0,80	Fit

Berdasarkan Tabel 9, hasil uji model fit menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini memenuhi kriteria model yang baik (fit). Hal ini terlihat dari dua indikator utama yang digunakan, yaitu SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) dan NFI (*Normed Fit Index*). Nilai SRMR pada estimated model sebesar 0,06, yang masih berada di bawah ambang batas yang disarankan yaitu  $\leq 0,08$ . Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat selisih yang kecil antara matriks kovarians model dengan data aktual, sehingga model mampu merepresentasikan data dengan cukup baik. Sementara itu, nilai NFI sebesar 0,80, meskipun belum mencapai nilai ideal  $\geq 0,90$ , masih berada dalam kategori cukup layak dan sering dianggap dapat diterima terutama dalam penelitian eksploratif atau pada tahap awal pengembangan model.

### **Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesisnya dilakukannya melalui perbandingan pada nilai t-statistik terhadap tabel t, mengevaluasi nilai p-value, dan mengevaluasi arah pengaruh hipotesis dengan menggunakan nilai koefisien jalan. Pada suatu hipotesis, nilai p digunakan untuk menentukan apakah variabel tersebut signifikan atau tidak signifikan. Apabila pada p-value < 0,005, maka hasil pengujian akan memberikan pengaruh signifikan, dan jika p-value >0,005, maka hasil pengujian akan mendapatkan hasil tidak berpengaruh secara signifikan. Pada penyelidikan ini, T-tabel adalah 2 (Algafari, 2016).

**Tabel 10**  
**Hasil Uji hipotesis**

Hipotesis	Path	Original Sample	Sample Mean	Standart Deviation	T Statistic	P Value	Ket
H1	LP→IKWP	0,11	0,12	0,06	1,67	0,04	Diterima
H2	MA→IKWP	0,30	0,29	0,08	3,79	0,00	Diterima
H3	DLP→IKWP	0,43	0,42	0,07	5,52	0,00	Diterima
H4	M-LP→IKWP	-0,00	-0,01	0,03	0,19	0,42	Ditolak

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis, variabel literasi perpajakan menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap intensi kepatuhan wajib pajak, dengan nilai *p value* sebesar 0,04. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman wajib pajak terkait perpajakan cukup kuat untuk secara langsung meningkatkan niat mereka untuk patuh pajak. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya seperti Nistiana *et al.* (2023), Putri & Junaidi (2023), Carolin (2023), Putri *et al.* (2023), dan Atifa *et al.* (2023) menyatakan bahwa literasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sejalan dari *Theory of Planned Behavior* (TPB), hasil ini menunjukkan bahwa literasi perpajakan dapat membentuk sikap (*attitude*) wajib pajak terhadap kepatuhan, semakin tinggi pemahaman wajib pajak, semakin positif pula sikap mereka terhadap kewajiban perpajakan. Selain itu, pemahaman yang baik juga dapat meningkatkan *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan bahwa mereka mampu memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar. Dengan demikian, literasi perpajakan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membangun sikap positif dan rasa percaya diri dalam menjalankan kewajiban, yang pada akhirnya memperkuat intensi untuk patuh.

Variabel Mental Accounting menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Kepatuhan Wajib Pajak dengan nilai signifikansi sejumlah 0,000 (< 0,05). Artinya, semakin besar kecenderungan wajib pajak dalam mengelompokkan keuangannya secara psikologis, semakin besar juga intensi mereka untuk patuh pajak. Temuan ini sesuai dari dari Theory of Planned Behavior (TPB), mental accounting dapat memperkuat perceived behavioral control, yakni sejauh mana individu merasa mampu serta siap untuk memenuhi kewajiban pajak. Ketika wajib pajak secara mental telah mempersiapkan dana dan merencanakan pembayaran pajak, mereka akan merasa lebih percaya diri dan memiliki kontrol atas tindakan tersebut, sehingga meningkatkan intensi untuk patuh. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Qisthon *et al.* (2021), Sadrin *et al.* (2021) dan Rahma (2022) menyebutkan bahwa mental accounting mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Variabel Digitalisasi Layanan Perpajakan juga memiliki dampak yang positif serta penting terhadap intensi Kepatuhan wajib Pajak, dengan nilai signifikan 0,000 (< 0,05). Ini memperlihatkan bahwa sistem pajak digital seperti *e-Filing*, *e-Billing*, dan *e- Form* benar-benar membantu meningkatkan kepatuhan pembayar pajak, baik dari segi efisiensi waktu, kemudahan akses, maupun keamanan pelaporan. Temuan ini sesuai dari penelitian yang dilaksanakan oleh Novita & Frederica (2023), Syadat & Irwansyah (2024), Azzahra & Krishantoro (2024) dan Hakki (2023) yang menyebutkan bahwa digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Statistik t**

Model		t	Sig.
	B	Std. Error	

	(Contans)	4,155	0,956	4,305	0,000
1	Literasi Perpajakan * Media Sosial	0,001	0,002	0,337	0,736

Untuk analisis moderasi, hasil uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* menunjukkan bahwa interaksi antara Literasi Perpajakan dan Media Sosial mempunyai nilai koefisien sejumlah 0,001 serta nilai signifikansi 0,736, yang berarti tidak signifikan. Ini mengindikasikan bahwa keberadaan media sosial tidak memperkuat maupun memperlemah pengaruh literasi perpajakan terhadap niat patuh pajak. Artinya, meskipun literasi perpajakan tinggi dan penggunaan media sosial tinggi, keduanya tidak berinteraksi secara signifikan dalam membentuk niat patuh.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

Untuk meningkatkan upaya kepatuhan perpajakan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa literasi perpajakan, mental accounting, dan digitalisasi layanan perpajakan merupakan tiga faktor utama yang mampu mendorong wajib pajak untuk patuh. Ketiganya memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kepatuhan, yang berarti bahwa pemahaman perpajakan, pengelolaan keuangan secara mental, serta kemudahan akses layanan digital sangat penting dalam membentuk niat wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya.

Namun, hasil uji moderasi menunjukkan bahwa media sosial tidak memiliki peran signifikan dalam memperkuat hubungan antara literasi perpajakan dan intensi kepatuhan wajib pajak. Meskipun media sosial berpotensi sebagai sarana edukasi, keberadaannya saat ini belum efektif dalam membentuk niat patuh, baik karena kurangnya kredibilitas informasi, kurang menariknya penyajian konten perpajakan, maupun karena distribusi jumlah responden yang tidak merata. Ketidakseimbangan tersebut, terutama dalam hal karakteristik demografis responden seperti usia, domisili, atau tingkat akses terhadap media sosial, diduga turut memengaruhi hasil moderasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi digital yang lebih adaptif, tersegmentasi, dan menarik agar media sosial dapat berfungsi optimal sebagai kanal penyebarluasan literasi perpajakan yang efektif.

Dari hasil penelitian serta keterbatasan yang tersebut, peneliti membagikan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak terkait dan untuk penelitian selanjutnya, yaitu: Perlu dilakukan peningkatan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi perpajakan. Pengembangan konten yang lebih berkualitas, penyampaian informasi yang menarik, serta penyediaan sumber yang kredibel sangat penting agar media sosial dapat menjadi alat komunikasi yang efektif dan persuasif dalam membentuk kepatuhan wajib pajak; Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah cakupan wilayah dan jumlah responden juga sebaiknya diperluas agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan; Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menambahkan kluster responden yang lebih merata, agar perspektif dari kelompok menengah dan tinggi juga dapat terwakili dengan baik dalam analisis, sehingga menghasilkan kesimpulan yang lebih komprehensif.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). *The theory of planned behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 665-683.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2nd ed.). McGraw-Hill Education.
- Alalwan, A. A. (2018). Consumer Adoption of Mobile Banking in Jordan: Examining the Role of Usefulness, Ease of Use, Perceived Risk and Self-Efficacy. *Journal of Enterprise Information Management*, 135-158.
- Algifari. (2010). *Statistika Deskriptif Plus Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Algifari. (2015). *Statistika Deskriptif Plus Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Unit penerbitan dan percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajaemen YKPN.
- Algifari. (2016). *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: STIE YKPN.

- Atifa, N, Affudin, A, & Anwar, S. A. (2023). Pengaruh literasi pajak, sosialisasi perpajakan, dan pemanfaatan financial technology terhadap kepatuhan wajib pajak dimana digitalisasi perpajakan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 691-700.
- Ayza.B. (2017). *Hukum Pajak Indonesia*. Jakarta : Kencana.
- Azzahra, S., & Krishantoro, K. (2024). Pengaruh Pengetahuan dan Digitalisasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di PT. Denki Engineering. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 445-450.
- Belahouaoui, R., & Attak, E. (2024). Digital taxation, artificial intelligence and Tax Administration 3.0: improving tax compliance behavior – a systematic literature review using textometry (2016–2023). *Accounting Research Journal*, 172-191.
- Bobek, ., D., & Hatfield, R. (2003). An investigation of the theory of planned behavior and the role of moral obligation in tax compliance. *Behavioral Research in Accounting*, 13-38.
- Carolin, S. R. (2023). Pengaruh Penghasilan, Literasi Pajak, Pemanfaatan Aplikasi Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 57-70.
- Damayanti, T. W. (2013). The role of taxpayer's perception of tax fairness and its effect on tax compliance decision in Indonesia. *Asian Journal of Accounting Research*, 62-71.
- Davis, F. (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*. Cambridge: MIT Sloan School of Management.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2023). *Laporan tahunan direktorat jenderal pajak 2023*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pajak. doi:<https://pajak.go.id/id/tahunan-page>
- Fahrul Anwar Syadat , Raden Kusyeni, & Erfa Fauziah. (2022). Analisis Efektivitas Edukasi Perpajakan bagi Generasi Milenial melalui Media Sosial Instagram dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Wajib Pajak (Studi Kasus di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat II) . *Jurnal Reformasi Administrasi : Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*.
- Famawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Mengalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra*, 9.
- Fatmawati, S., Bulutoding, L., & Jannah, R. (2024). Pengaruh Motivasi, Dan Akuntabilitas Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Dengan Moderasi Media Sosial Di Kp2kp Sungguminasa Kabupaten Gowa. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*, 11-20.
- Fishbein, ., M., & Ajzen, I. (2010). Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. *Psychology Press*.
- Fransiska, J., & Karnawati, Y. (2024). Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Pajak, Persepsi Terhadap Korupsi, Kualitas Pelayanan Fiskus Dan Sosialisasi Melalui Sosial Media Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *JHM: Jurnal Humaniora Multidisipliner* .
- Ghozali. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Hair, J. e. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Australia : 7th Global Edition.
- Hakki, T. W. (2023). Pengaruh Moral Pajak Dan Etika Uang Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Dengan Peran Sistem Digitalisasi Pajak Sebagai Pemoderasi Saat Era New Normal Pandemik Covid-19. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, 1-18.
- Harsyeno, A. A. (2023). Analisis Pemanfaatan Media sosial Instagram Terhadap Respons Masyarakat Pengguna Layanan Informasi Direktorat Jenderal Pajak. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*.
- Kotler , & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lusardi, A, & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, 5-44.
- Mardhatilla, D. P, Marundha, A, & Eprianto, I. (2023). Pengaruh literasi pajak, sistem administrasi pajak modern dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kabupaten Bekasi (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM di Kabupaten Bekasi). *Jurnal Economina*, 491-502.

- Muehlbacher, & Kirchler. (2013). Mental Accounting of Self employed Taxpayers: On the Mental Segregation of the Net Income and the Tax Due. *WU International Taxation Research Paper Series*, 1-38.
- Muehlbacher, S, Hartl, B, & Kirchler, E. (2015). Mental Accounting and Tax Compliance: Experimental Evidence for the Effect of Mental Segregation of Tax Due and Revenue on Compliance. *Public Finance Review*, 1-22.
- Nistiana, L. D, Wardani, D. K, & Primastiwi, A. (2023). Pengaruh literasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak: Studi kasus kantor pelayanan pajak (KPP) Pratama Bantul. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 99-114.
- Novita, A, & Frederica, D. (2023). engaruh Pemahaman Regulasi, Digitalisasi dan Program Pengungkapan Sukarela Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *JUARA: Jurnal Riset Akuntansi*, 74-93.
- Primasari, N. H. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan pekerjaan bebas. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 5(2), 60-79. doi:<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/akeu/article/viewFile/406/346>
- Putri, A., Maryam, S, Tanno, A, & Rahmawaty, D. (2023). Pengaruh Penerapan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Literasi Pajak dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di KPP Pratama Bukittinggi. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 347-353.
- Putri, D., & Junaidi, A. (2023). Pengaruh Literasi Perpajakan, Penerapan E-Filing, Sanksi Perpajakan Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi*, 137-154.
- Qisthon Ad, Nugroho, R., & Muamarah , H. (2021). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Mental Accounting Dan Keadilan Distributif Terhadap Kepatuhan Pajak UMKM. *Akuntansi, Auditing, dan Keuangan Vokasi*.
- Rahma, A. (2022). Pengaruh mental accounting, mental budgeting dan tax planning terhadap kepatuhan wajib pajak pada UMKM di Kabupaten Sleman. *Skripsi UII*.
- Ristiyana, R, Atichasari, A. S, & Indriani, R. (2024). Pengaruh insentif, digitalisasi dan relawan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 1339-1349.
- Sadrin, Malikah, A., & Afifudin. (2021). Pengaruh Mental Accounting Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak . *E-JRA*.
- Sari, V. (2019). Pengaruh Literasi Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Moderating. *Universitas Negeri Malang*.
- Setiawan, J, & Yanti, L. D. (2024). Kontribusi Pengetahuan, Kesadaran, dan Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib PajakKontribusi Pengetahuan, Kesadaran, dan Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *eCo-Buss*, 1088-1101.
- Subekti, S. A. (2016). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Preferensi Risiko sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus pada Wajib Pajak Badan Hotel Di DIY). *Naskah Publikasi. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Supriyadi. (2019). Pengaruh kemudahan e-filing terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*.
- Syadat, F. A, & Irwansyah, I. (2024). Pengaruh Digitalisasi dan Perilaku Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Karyawan PT. BNI (Persero) Tbk Divisi Retail Collection & Recovery di Jakarta Tahun 2023. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 283-292.
- Thaler, R. H. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 183-206.
- Torgler, B. (2007). *ax compliance and tax morale: A theoretical and empirical analysis*. Edward Elgar Publishing.

- Widagsono, S. (2017). Pengaruh pengetahuan perpajakan, sanksi dan religiuditas terhadap kepatuhan wajib pajak . *Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana* .
- Wijayanto.G.J. (2016). Pengaruh sosialisasi perpajakan dan pemahaman prosedur perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan (PBB P2) di Kota Magelang tahun 2015 . *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta* .
- Yuliati, N. N., & Fauzi, , A. (2020). Literasi pajak, kualitas pelayanan, sanksi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak UMKM. *Akuntansi Bisnis & Manajemen (ABM)*.
- Zakya, I. (2014). *Keppatuhan wajib pajak*. Pekanbaru: Alaf Riau.