

PENGARUH KESADARAN, MODERNISASI SISTEM ADMINISTRASI, KONDISI KEUANGAN, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK

Tasya Devi Aryatika

tasyatda@gmail.com

Titik Mildawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of taxpayers' awareness, administration system modernization, financial conditions, and tax sanction on taxpayers' compliance in paying billboard tax. The research was conducted at the Regional Financial and Tax Management Agency (BPKPD) Surabaya City with 101 respondents of all registered taxpayers and paying permanent and limited advertisement taxes which were taken using purposive sampling technique. This research is a quantitative study using primary data through a questionnaires. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 25. The research result concluded that administration system modernization had a positive effect on taxpayers' compliance in paying billboard tax. It was caused as the modernization eased the taxpayers. On the other hand, taxpayers' awareness did not affect taxpayers' compliance in paying billboard tax. This was caused since the taxpayers had not realized yet their participation in supporting local development by paying tax. Likewise, financial condition did not affect taxpayers' compliance in paying billboard tax. It happened as taxpayers' financial condition which were not good, made them not pay the tax. Similarly, tax sanction did not affect taxpayers' compliance in paying billboard tax. This happened since there was no implementation of tax sanction.

Keywords: taxpayers' awareness, administration system modernization, financial condition, tax sanction, taxpayers' compliance in paying billboard tax

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran wajib pajak, modernisasi sistem administrasi, kondisi keuangan dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Penelitian ini dilakukan di Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) Kota Surabaya dengan 101 responden seluruh wajib pajak yang terdaftar dan membayar pajak reklame permanen dan terbatas yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modernisasi sistem administrasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Hal ini dikarenakan adanya modernisasi sistem administrasi yang memudahkan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Sedangkan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Hal ini dikarenakan wajib pajak belum menyadari bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan daerah. Kondisi keuangan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Hal ini dikarenakan kondisi keuangan wajib pajak kurang bagus cenderung tidak patuh dalam membayar pajak reklame. Sanksi Pajak tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame. Hal ini dikarenakan tidak ada penerapan sanksi pajak.

Kata Kunci: kesadaran wajib pajak, modernisasi sistem administrasi, kondisi keuangan, sanksi pajak, kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame

PENDAHULUAN

Pembangunan daerah merupakan rangkaian upaya pembangunan dari berbagai pelaku baik masyarakat umum, pemerintah, dan swasta yang berkesinambungan bertujuan untuk

meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah. Agar dapat terealisasi tujuan tersebut perlu memperhatikan masalah-masalah pembiayaan pembangunan (Kristina *et al.*, 2015). Untuk mengatasi masalah pembiayaan pembangunan, pemerintah daerah mempunyai wewenang untuk menggali dan mengelola potensi daerah sebagai sumber pendapatan daerah. Pendapatan Asli Daerah merupakan bagian keuangan utama bagi pemerintah daerah sebagai pembiayaan pembangunan daerah (Ulfiyah, 2015). Salah satu komponen Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Surabaya adalah pajak daerah. Menurut Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Ketentuan Umum Pasal 1 ayat (8) mengemukakan bahwa: "Pajak Daerah adalah kontribusi wajib yang terutang kepada daerah oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang - Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk kepentingan daerah bagi kemakmuran rakyat". Menurut Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Jenis Pajak Pasal 2 mengemukakan bahwa: "Jenis pajak daerah meliputi pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, dan pajak penerangan jalan, pajak parker, pajak air tanah, dan pajak sarang burung walet".

Kota Surabaya merupakan kota yang memiliki pembangunan maju secara pesat karena adanya investor dari dalam negeri dan luar negeri yang menanamkan modalnya (Ulfiyah, 2015). Dengan adanya kondisi tersebut persaingan usaha semakin ketat dan tajam yang menuntut golongan sektor industri untuk selalu mengembangkan strategi agar dapat mempertahankannya eksistensinya salah satunya dengan melakukan promosi untuk memperkenalkan maupun memasarkan produknya. Hal tersebut menjadikan Surabaya marak berdirinya papan reklame. Menurut Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Pajak Reklame Pasal 24 ayat (1) mengemukakan bahwa: "Pajak reklame adalah pengenaan pajak atas penyelenggaraan". Menurut Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Pajak Reklame Pasal 25 ayat (2) mengemukakan bahwa: "Wajib pajak reklame adalah orang pribadi maupun badan yang menyelenggarakan reklame". Menurut Kristina *et al.*, (2015) menyatakan bahwa dengan mengoptimalkan pajak reklame diharapkan dapat menambah Pendapatan Asli Daerah, sehingga membantu untuk mensukses pembangunan daerah.

Namun terdapat fakta, menurut data Satpol PP Kota Surabaya mengungkapkan bahwa bulan Januari hingga Mei 2019 ada 4.837 reklame diantaranya 101 reklame tetap dan 4736 reklame insidentil yang dibongkar oleh Satpol PP Surabaya yang dapat ditaksir mengalami kerugian sebesar Rp 1 Miliar (Sandy, 2019). Dari fakta tersebut dapat diketahui pemerintah daerah kehilangan potensi perpajakan karena masih banyak wajib pajak reklame yang belum patuh.

Tinggi rendahnya kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kesadaran wajib pajak. Menurut Kristina *et al.*, (2015) mengemukakan bahwa masyarakat yang memiliki kesadaran, maka membayar pajak dilakukan dengan sukarela tanpa ada paksaan. Menurut Setiawan (2017) menyatakan bahwa apabila seseorang sadar dengan kewajiban membayar pajak tentu seseorang akan patuh untuk membayar pajak. Selain kesadaran wajib pajak, modernisasi sistem administrasi juga berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Menurut Setiawan (2017) menyatakan bahwa modernisasi sistem administrasi berarti memperbaiki pelayanan administrasi untuk menjadi lebih baik dan lebih baru, sehingga memudahkan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Dengan kemudahan tersebut wajib pajak tidak merasa dipersulit dengan pembayaran pajak serta cenderung patuh dalam membayar pajak reklame. Selain kesadaran wajib pajak, modernisasi sistem administrasi juga berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Menurut Setiawan (2017) menyatakan bahwa modernisasi sistem administrasi berarti memperbaiki pelayanan administrasi untuk menjadi lebih baik dan lebih baru, sehingga memudahkan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Dengan kemudahan tersebut wajib pajak tidak merasa

dipersulit dengan pembayaran pajak serta cenderung patuh dalam membayar pajak reklame.

Faktor lain yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame adalah kondisi keuangan. Menurut Inayati (2019) menyatakan bahwa kondisi keuangan didefinisikan kemampuan keuangan wajib pajak yang tercermin dari tingkat profitabilitas dan arus kas. Menurut Ahya (2019) menyatakan bahwa wajib pajak yang memiliki kondisi keuangan yang baik cenderung membayar pajak dengan jujur daripada wajib pajak yang memiliki kondisi keuangan rendah. Wajib pajak yang memiliki kondisi keuangan yang rendah cenderung merasa tertekan dalam membayar pajak karena masih memiliki kebutuhan yang lebih penting.

Sanksi pajak juga merupakan faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Menurut Zahranidan Mildawati (2019) menyatakan bahwa sanksi pajak adalah hukuman atas tidak mentaati peraturan perpajakan. Menurut Fitriadan Mildawati(2019) menyatakan bahwa sanksi pajak bersifat tegas sehingga menjadi jaminan untuk mematuhi peraturan karena memberikan efek jera bagi wajib pajak yang tidak patuh dalam membayar pajak. Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan diatas penelitian ini berjudul: "Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi, Kondisi Keuangan, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame di Surabaya". Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: (1) Apakah kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame?,(2) Apakah modernisasi sistem administrasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame?, (3) Apakah kondisi keuangan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame?, (4) Apakah sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame?. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh kesadaran wajib pajak, modernisasi sistem administrasi, kondisi keuangan, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Atribusi

Menurut Fritz Heider pencetus teori atribusi, menyatakan bahwa teori atribusi merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang. Menurut Setiawan (2017) mengemukakan bahwa teori ini mengacu tentang penyebab perilaku seseorang, yang mana disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu personal termasuk kepribadian, kesadaran, dan kemampuan. Sedangkan faktor eksternal yaitu situasional termasuk lingkungan (Fitria dan Mildawati, 2019).

Pajak Daerah

Menurut Pemerintah Kota Surabaya (2011) menyatakan bahwa pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi maupun badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dan tidak mendapatkan imbalan secara langsung yang digunakan untuk keperluan daerah bagi kesejahteraan masyarakat. Menurut Mardiasmo (2011) menyatakan bahwa unsur- unsur dalam pajak adalah sebagai berikut: (1) Iuran rakyat kepada negara: yang berhak melakukan pemungutan pajak adalah negara, (2) Berdasarkan Undang-undang: pemungutan pajak dalam pelaksanaan diatur berdasarkan undang-undang serta aturan pelaksanaan sebagai kekuatan hukum pemungutan pajak. Tanpa jasa timbal secara langsung. Wajib pajak yang membayar pajak tidak mendapatkan timbal balik yang dapat dirasakan secara langsung dari negara, (3) Digunakan untuk pembiayaan rumah tangga: pajak yang dibayarkan oleh wajib pajak digunakan untuk pembangunan serta pengembangan infrastruktur guna kesejahteraan rakyat.

Pajak Reklame

Menurut Setiawan (2017) mengemukakan bahwa reklame adalah sebuah media yang bentuk dan corak ragam dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, yang dapat dilihat, dibaca, dirasakan, dan dinikmati oleh umum. Menurut Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Masa Pajak dan Saat Terutangnya Pajak Pasal 30 ayat (1) mengemukakan bahwa: "Masa pajak reklame sebagai berikut: (1) Reklame terbatas atau reklame permanen, Masa pajak reklame terbatas atau permanen ditetapkan 12 (dua belas) bulan, (2) Reklame insidental, Masa pajak reklame insidental ditetapkan dalam satuan hari sesuai dengan jangka waktu penyelenggaraan". Menurut Setiawan (2017) mengemukakan bahwa wajib pajak reklame adalah semua orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame guna untuk memperkenalkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum atas barang dan jasa. Menurut Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Pengenaan, Tarif, dan Cara Perhitungan Pajak Pasal 26 ayat (1): "Dasar pengenaan pajak reklame adalah nilai sewa reklame".

Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Setiawan (2017) menyatakan bahwa kepatuhan pajak adalah keadaan wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakan. Menurut penelitian Ariesta (2017) menyatakan bahwa kepatuhan perpajakan adalah suatu tindakan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku.

Kesadaran Wajib Pajak

Menurut Setiawan (2017) mengemukakan bahwa kesadaran merupakan rasa yang timbul dari diri seseorang dengan berbagai pertimbangan baik dari pikiran dan perasaan sehingga seorang dapat melakukan tindakan secara sadar berdasarkan kemauan diri sendiri. Menurut Jayanti (2017) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan pemahaman yang mendasari wajib pajak orang pribadi atau badan yang terwujud melalui niat, pemikiran, sikap, dan tingkah laku untuk melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Modernisasi Sistem Administrasi

Menurut Fitria dan Mildawati (2019) mengemukakan bahwa modernisasi adalah pembaharuan dari yang belum praktis menjadi praktis, menjadi lebih efisien dan efektif, atau paling terbaru sesuai kondisi sekarang. Perbaikan atau pembaharuan dalam administrasi dapat dikatakan sebagai reformasi administrasi. Menurut Setiawan (2017) mengemukakan bahwa tujuan reformasi administrasi perpajakan adalah memperbaiki struktur perpajakan yang efisien dan efektif guna mencapai sasaran penerimaan pajak yang optimal dan pelaksanaan *good governance*.

Kondisi Keuangan

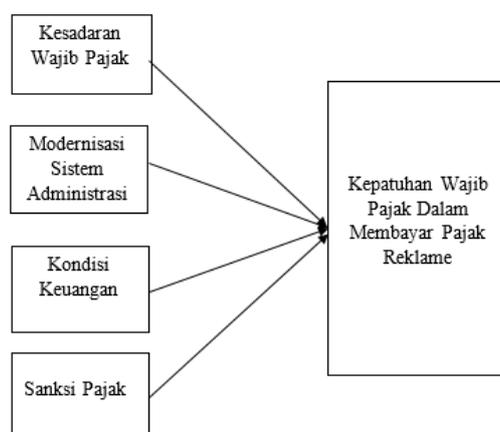
Menurut Inayati (2019) mengemukakan bahwa kondisi keuangan merupakan kemampuan keuangan wajib pajak yang tercermin dari tingkat profitabilitas dan arus kas. Menurut Inayati (2019) menunjukkan bahwa wajib pajak yang memiliki kondisi keuangan tinggi, cenderung memenuhi kewajiban untuk membayar pajak reklame. Dan sebaliknya, wajib pajak yang memiliki kondisi keuangan rendah, cenderung menghindari kewajiban dalam membayar pajak reklame. Sehingga wajib pajak yang memiliki kondisi keuangan yang rendah cenderung tidak patuh membayar pajak.

Sanksi Pajak

Menurut Mardiasmo (2011) mengemukakan bahwa sanksi perpajakan adalah alat yang menjamin wajib pajak untuk mematuhi norma perpajakan yang berlaku, sehingga mencegah pelanggaran perpajakan yang dilakukan oleh wajib pajak. Menurut Putra (2020) mengemukakan bahwa penerapan sanksi diharapkan mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Hal ini dikarenakan adanya hukuman sanksi yang akan diterima apabila wajib pajak tidak patuh dalam membayar pajak reklame.

Rerangka Konseptual

Mengacu pada tinjauan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hubungan antara variabel kesadaran wajib pajak, modernisasi sistem administrasi, kondisi keuangan, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dapat digambarkan rerangka pemikiran yang disajikan pada gambar berikut:



Gambar 1
Rerangka Konseptual
Sumber: Data primer diolah, 2020

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame

Penelitian Setiawan (2017) mengemukakan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan rasa yang timbul dari diri seseorang untuk berperilaku secara sukarela sebagai wajib pajak dengan pertimbangan, pengetahuan, dan penalaran untuk memenuhi kewajiban dan berkontribusi dalam pembangunan negara atau daerah sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Menurut Ernanda (2018) mengemukakan bahwa kesadaran menjadi wajib pajak yang patuh merupakan salah satu kepatuhan terhadap hukum perpajakan, sebagaimana disebutkan hukum perpajakan tidak pandang bulu dan tidak luput dari perkecualian semua sama berdasarkan ketentuan yang berlaku.

Dengan adanya kesadaran akan fungsi pajak maka menyadari penundaan pajak sangat merugikan dan wajib pajak bersedia membayar pajak (Sari dan Ruserlistyani, 2018). Menurut Setiawan (2017) mengemukakan bahwa wajib pajak yang memiliki kesadaran yang tinggi tidak menganggap membayar pajak merupakan suatu beban namun menganggap membayar pajak merupakan kewajiban yang dapat menunjang pembangunan sehingga mereka membayar pajak dengan sukarela dan memperhatikan ketentuan yang berlaku. Maka tingkat kesadaran wajib pajak akan mempengaruhi perilaku wajib pajak dalam membayar pajak, semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka wajib pajak akan patuh dalam membayar pajak (Sari dan Ruserlistyani, 2018). Pernyataan tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2017), Putra (2018) dan Kristina *et al.*, (2015) menunjukkan hasil penelitian dari peneliti terdahulu menguji bahwa kesadaran wajib pajak

berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan tinjauan teoritis dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame.

Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame

Menurut Fitria dan Mildawati (2019) mengemukakan bahwa modernisasi sistem administrasi adalah proses perubahan dalam segala aspek menuju ke arah penyempurnaan sistem administrasi perpajakan supaya lebih efektif dan efisien. Penelitian Setiawan (2017) menunjukkan bahwa modernisasi sistem administrasi dapat diukur dari pelayanan administrasi pajak yang berbasis elektronik. Sehingga dapat merubah pola pikir wajib pajak dalam membayar pajak reklame bahwa pelayanan pembayaran pajak reklame sangat mudah.

Modernisasi sistem administrasi merupakan faktor dari luar yang mempengaruhi perilaku taat membayar pajak reklame. Pembaharuan sistem administrasi dilakukan oleh petugas pajak. Tujuannya agar wajib pajak dapat lebih mudah memenuhi kewajiban dalam membayar pajak. Pembaharuan pelayanan pajak diharapkan dapat merubah perilaku wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Pembaharuan pelayanan pajak diharapkan dapat merubah perilaku wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Menurut Setiawan (2017) mengemukakan bahwa perilaku wajib pajak yang sudah taat membayar pajak akan semakin percaya dengan pelayanan administrasi pajak reklame, sebaliknya perilaku wajib pajak yang belum taat membayar pajak akan berubah taat dalam membayar pajak dengan adanya kemudahan pemenuhan kewajiban dalam membayar pajak. Pernyataan tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2017) yang menyatakan bahwa modernisasi sistem administrasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Fitria dan Mildawati (2019) menunjukkan bahwa hasil penelitian modernisasi sistem administrasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan tinjauan teoritis dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₂: Modernisasi Sistem Administrasi berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib pajak dalam Membayar Pajak Reklame.

Pengaruh Kondisi Keuangan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame

Kondisi keuangan dapat didefinisikan dengan kemampuan keuangan perusahaan yang tercermin dari tingkat profitabilitas dan arus kas (Inayati, 2019). Penelitian Ahya (2019) menunjukkan kondisi keuangan merupakan faktor internal yang membentuk aspek perilaku yaitu kepatuhan wajib pajak.

Menurut penelitian Aryobimo (2012) berpendapat bahwa seseorang akan merasa tertekan untuk membayar kewajibannya termasuk membayar pajak ketika mengalami kesulitan keuangan. Wajib pajak yang memiliki kemampuan ekonomi yang baik cenderung akan taat atau patuh dalam membayar pajak, karena wajib pajak tersebut mampu memenuhi kebutuhan utama maupun tambahan secara mandiri. Sedangkan wajib pajak yang memiliki kemampuan ekonomi yang rendah cenderung akan tidak patuh dalam membayar pajak, karena wajib pajak tersebut belum mampu memenuhi kebutuhan utama sekaligus tambahan secara mandiri. Pernyataan tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Inayati (2019) menunjukkan bahwa hasil penelitian kondisi keuangan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian Ahya (2019) menyatakan hasil penelitian kondisi keuangan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan tinjauan teoritis dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃: Kondisi Keuangan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame

Menurut Fitria dan Mildawati (2019) mengemukakan bahwa sanksi adalah suatu tindakan yang berupa hukuman untuk memaksa seseorang menaati aturan. Penelitian

Setiawan (2017) mengemukakan bahwa penerapan sanksi diharapkan menimbulkan efek jera sehingga mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Hal inikarena sanksi akan diterima apabila wajib pajak tidak patuh dalam membayar pajak reklame.

Menurut Inayati (2019) mengemukakan bahwa pemberian sanksi seharusnya yang memberatkan dan adil kepada wajib pajak yang mencoba melanggar ataupun sudah melakukan pelanggaran aturan. Sehingga wajib pajak yang mendapat sanksi pajak, diharapkan wajib pajak agar patuh dalam membayar pajak (Setiawan,2017). Pernyataan tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan olehFitria dan Mildawati (2019)menunjukkan hasil penelitian sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan tinjauan teoritis dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₄: Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori kebenaran hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan melakukan analisis data sesuai prosedur statistik (Sari,2020). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh wajib pajak yang terdaftar di Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) Kota Surabaya, yaitu sebanyak 22.806 Wajib Pajak.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dimana peneliti menetapkan kriteria khusus dalam pemilihan responden (Sari, 2020). Dengan menggunakan *purposive sampling* diharapkan diperoleh sampel yang benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Kriteria dalam pemilihan responden yang digunakan adalah wajib pajak reklame dengan masa pajak reklame terbatas atau permanen. Banyaknya sampel yang digunakan dapat ditentukan menggunakan rumus Slovin (Fitria dan Mildawati,2019). Sehingga dapat diketahui sampel sebanyak 101 Responden.

Teknik Pengambilan Data

Sumber data yang dipakai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data primer (Setiawan, 2017). Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber objek peneliti (responden). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan oleh responden terkait variabel penelitian yaitu kesadaran wajib pajak, modernisasi sistem administrasi, kondisi keuangan, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membuat pertanyaan dan menyebarkan kuesioner langsung melalui *google form* kepada responden yaitu wajib pajak reklame yang terdaftar pada Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) Kota Surabaya dengan masa pajak reklame permanen dan terbatas. Penelitian Sari,(2020) mengemukakan bahwa hasil kuesioner berupa jawaban dari responden yang diukur dengan skala likert. Menurut penelitian Sari (2020) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Ukuran yang digunakan menilai jawaban dari responden diberi skala sebagai berikut: 5 = Sangat Setuju (SS), 4 = Setuju (S), 3 =Kurang Setuju(KS), 2 = Tidak Setuju(TS), 1 = Sangat Tidak Setuju (STS).

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian Sari (2020) mengemukakan bahwa variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja seperti suatu sifat, nilai orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari, dan kemudian dapat ditarik kesimpulan. Menurut Sari (2020) Variabel independen atau biasa disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan adanya perubahan pada variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah Kesadaran Wajib Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi, Kondisi Keuangan, Sanksi Perpajakan. Menurut Sari(2020) Variabel dependen atau biasa disebut variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.

Kesadaran Wajib Pajak

Menurut Setiawan (2017) menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak merupakan rasa yang timbul dari diri seseorang untuk berperilaku secara sukarela sebagai wajib pajak dengan berbagai pertimbangan, pengetahuan, dan penalaran sesuai dengan sistem dan ketentuan perpajakan yang berlaku. Menurut penelitian Setiawan (2017) mengemukakan bahwa indikator kesadaran wajib pajak, yaitu: (1) Membayar pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan, (2)Penundaan pembayaran pajak sangat merugikan negara, pelayanan dan fasilitas umum berasal dari pajak, (3) Membayar pajak merupakan kewajiban setiap warga negara dengan memperhatikan ketentuan yang berlaku.

Modernisasi Sistem Administrasi

Menurut Fitria dan Mildawati(2019)mengemukakan bahwa modernisasi sistem administrasi adalah segala perbaikan atau pembaharuan sistem administrasi menjadi efektif dan efisien untuk meningkatkan pelayanan kepada wajib pajak. Menurut Zuhair (2018) menyatakan bahwa indikator modernisasi sistem administrasi, yaitu: (1) Pembaharuan tata cara pelayanan perpajakan, (2) Pelayanan sistem perpajakan berbasis elektronik.

Kondisi Keuangan

Menurut Inayati (2019) mengemukakan bahwa kondisi keuangan merupakan kemampuan keuangan wajib pajak yang tercermin dari tingkat profitabilitas dan arus kas. Menurut Inayati (2019) menyatakan bahwa indikator kondisi keuangan, yaitu: (1) Pengaruh jumlah pendapatan wajib pajak yang memuaskan, (2) Pengaruh jumlah pendapatan wajib pajak yang tidak memuaskan, (3) Kondisi keuangan tahun terakhir yang baik dan kondisi keuangan tahun terakhir yang kurang baik.

Sanksi Pajak

Menurut Fitria dan Mildawati (2019)menyatakan bahwa sanksi pajak adalah suatu tindakan berupa hukuman untuk memaksa seseorang mentaati aturan.Menurut Inayati (2019) menyatakan bahwa indikator sanksi pajak, yaitu: (1) Sanksi pajak diperlukan untuk menciptakan kedisiplinan wajib pajak dalam membayar pajak reklame, (2) Sanksi pajak dilaksanakan dengan tegas kepada wajib pajak yang melanggar aturan perpajakan, (3) Sanksi pajak diberikan sesuai dengan ketentuan atau aturan yang berlaku.

Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame

Menurut Setiawan(2017:23) mengemukakan bahwa kepatuhan pajak adalah keadaan wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakan. Kepatuhan wajib pajak dapat didefinisikan wajib pajak yang taat atau patuh membayar pajak sebagai bentuk kewajiban kepada negara yang diatur dalam aturan perundang-

undangan. Menurut Setiawan (2017) menyatakan bahwa indikator kepatuhan wajib pajak, yaitu: (1) Kepatuhan dalam mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, (2) Kepatuhan wajib pajak untuk menyetorkan kembali surat pemberitahuan, (3) Kepatuhan wajib pajak dalam menghitung pajak terutang dengan benar sesuai dengan pajak terutang dan melakukan pembayaran sesuai dengan pajak terutang, (4) Kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran pajak tunggakan.

Teknik Analisis Data

Menurut Sari (2020) menyatakan bahwa analisis data merupakan suatu kegiatan menganalisis dan memproses data yang telah terkumpul sehingga karakteristik data dapat dipahami serta dapat sebagai jawaban mengenai suatu permasalahan yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Sehingga tujuan analisis data digunakan untuk mendapatkan informasi yang relevan dalam data tersebut untuk memecahkan sebuah permasalahan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan *software IBM Statistical Package for Social Science (SPSS)*.

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan pengujian statistik yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari mean, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, dll. Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan membuat kesimpulan atas data sampel penelitian.

Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Reliabilitas)

Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner sebagai instrument penelitian yang digunakan. Kuesioner dikatakan layak (valid) jika pernyataan dalam kuesioner dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat (Ghozali, 2018). Untuk menentukan valid atau tidaknya dapat dilakukan perbandingan dengan r_{hitung} dan r_{tabel} , yaitu: (1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan pernyataan atau pertanyaan indikator yang digunakan valid, (2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan pernyataan atau pertanyaan indikator yang digunakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang konsisten responden dalam menjawab indikator variabel yang disusun dalam pernyataan atau pertanyaan kuesioner (Ghozali, 2018). Menurut Ghozali(2018) menyatakan bahwa kuesioner dikatakan reliabel apabila dilakukan pengujian berulang kali menghasilkan pengukuran yang konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabel dilakukan dengan menghitung *Croanbach's Alpha* pada instrumen penelitian, yaitu: (1) Nilai *Croanbach's Alpha* $> 0,70$, maka kuesioner dikatakan reliabel, (2) Sebaliknya, apabila nilai *Croanbach's Alpha* $< 0,070$, maka dikatakan tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ini variabel-variabel dalam penelitian telah terdistribusi secara normal atau tidak (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi data yang normal, atau mendekati nol. Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa pengujian untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ini ditemukan adanya korelasi antara variabel independen satu dengan variabel independen yang lain (Ghozali, 2018). Model regresi dikatakan baik apabila tidak ditemukan adanya korelasi diantara variabel independen. Gejala multikolinearitas dideteksi dengan melihat nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) dan TOL (*Tolerance*). Jika nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) < 10 dan Nilai TOL (*Tolerance*) >10, maka model ini terbebas dari multikolinearitas (Ghozali, 2018).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat variabel pengganggu (residual) memiliki varian yang berbeda dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2018). Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat melihat grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID. Dasar analisis dari grafik tersebut yakni: (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas, (2) Jika tidak ada pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen apakah memiliki ketergantungan (Ghozali, 2018). Berikut persamaan regresi yang digunakan:

$$KPWP = \alpha + \beta_1 KSWP + \beta_2 MSA + \beta_3 KK + \beta_4 SP + e$$

Keterangan:

KPWP : Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar Pajak Reklame

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

KSWP : Kesadaran Wajib Pajak

MSA : Modernisasi Sistem Administrasi

KK : Kondisi Keuangan

SP : Sanksi Pajak

e : *Error*

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R²) adalah sebuah koefisien yang menerangkan secara keseluruhan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R²) semakin besar (mendekati satu), maka variabel independen berpengaruh besar terhadap dependen. Sebaliknya apabila nilai (R²) semakin kecil (mendekati nol), maka variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F ini merupakan uji model yang menunjukkan apakah model regresi fit atau layak untuk diolah lebih lanjut. Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa pengujian dapat dikatakan fit dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar < 0,05. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikansi F < 0,05, maka model

regresi dikatakan layak, (2)Jika nilai signifikansi $F > 0,05$, maka model regresi dikatakan tidak layak.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis t pada umumnya dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian hipotesis adalah: (1)Jika nilai signifikan $t > 0,05$, maka hipotesis diterima, artinya tidak ada pengaruh antara satu variabel independen terhadap variabel dependen, (2) Sebaliknya, jika nilai signifikan $t < 0,05$, maka hipotesis ditolak artinya ada pengaruh antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KSWP	101	10.00	25.00	21.54	2.875
MSA	100	9.00	20.00	17.41	2.331
KK	101	2.00	10.00	7.70	1.546
SP	101	18.00	35.00	29.42	3.456
KPWP	101	2.00	5.00	4.07	0.702
Valid N (listwise)	101				

Sumber: data kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa variabel Kesadaran Wajib Pajak menunjukkan nilai minimum 10,00 dan nilai maximum 25,00 serta mean yang diperoleh sebesar 21,54 dengan standar deviasi 2,875. Variabel Modernisasi Sistem Administrasi menunjukkan nilai minimum 9,00 dan nilai maximum 20,00 serta mean yang diperoleh sebesar 17,41 dengan standar deviasi 2,331. Variabel Kondisi Keuangan menunjukkan nilai minimum 2,00 dan nilai maximum 10,00 serta mean yang diperoleh sebesar 7,70 dengan standar deviasi 1,546. Variabel Sanksi Pajak menunjukkan nilai terendah minimum dan nilai maximum 35,00 serta mean yang diperoleh sebesar 29,42 dengan standar deviasi 3,456. Variabel Kepatuhan Wajib Pajak menunjukkan nilai minimum 2,00 dan nilai maximum 5,00 serta mean yang diperoleh sebesar 4,07 dengan standar deviasi 0,702.

Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Reliabilitas) Uji Validitas

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Keterangan
Kesadaran Wajib Pajak	KSWP1	0,810	0,164	Valid
	KSWP2	0,730	0,164	Valid
	KSWP3	0,744	0,164	Valid
	KSWP4	0,805	0,164	Valid
	KSWP5	0,705	0,164	Valid
Modernisasi Sistem Administrasi	MSA1	0,893	0,164	Valid
	MSA2	0,910	0,164	Valid
	MSA3	0,830	0,164	Valid
	MSA4	0,857	0,164	Valid
Kondisi Keuangan	KK1	0,932	0,164	Valid
	KK2	0,936	0,164	Valid
Sanksi Pajak	SP1	0,746	0,164	Valid

	SP2	0,783	0,164	Valid
	SP3	0,712	0,164	Valid
	SP4	0,773	0,164	Valid
	SP5	0,853	0,164	Valid
	SP6	0,677	0,164	Valid
	SP7	0,484	0,164	Valid
	SP1	0,746	0,164	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak	SP2	0,783	0,164	Valid
	SP3	0,712	0,164	Valid
	SP4	0,773	0,164	Valid

Sumber: data kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa semua variabel penelitian dapat dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dari 101 responden diatas adalah 0,164 lebih kecil dari pada r_{hitung} . Sehingga semua variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien Alpha (α)	Keterangan
Kesadaran Wajib Pajak	0,794	0,70	Reliabel
Modernisasi Sistem Administrasi	0,835	0,70	Reliabel
Kondisi Keuangan	0,910	0,70	Reliabel
Sanksi Pajak	0,776	0,70	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,805	0,70	Reliabel

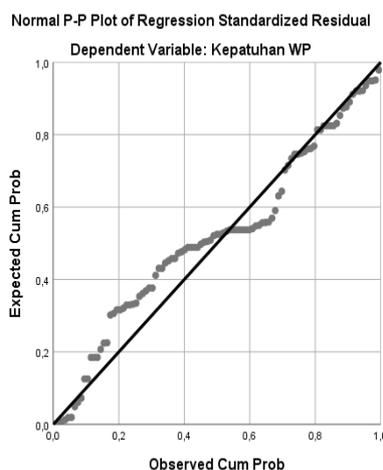
Sumber: data kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa semua variabel penelitian dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,070. Dimana nilai *Cronbach Alpha* dari 101 responden diatas diatas 0,070. Sehingga semua variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi normal Atau tidak. Uji Normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Normal P-Plot Regression Standardized Residual* dan juga menggunakan uji statistik *non-parametric Kolmogorov Smirnov*. Berdasarkan gambar 2 *Normal P-Plot Regression Standardized Residual* dibawah dapat dilihat bahwa data telah terdistribusi normal yang mana dijelaskan dengan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2
Uji Normalitas
Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan Gambar 2, hasil uji normalitas dengan grafik normal *Probability Plot of Regression Standard Residual* menunjukkan bahwa data penelitian telah mengikuti arah garis diagonal dan menyebar di sekitar garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.63382013
Most Extreme Differences	Absolute	0.132
	Positive	0.110
	Negative	-0.132
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)		,052 ^d

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
- Sumber: data kuesioner diolah, 2020**

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji normalitas dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal dan memenuhi asumsi normalitas dengan nilai *Monte Carlo Sig (2-tailed)* sebesar 0,052, dan angka tersebut menunjukkan lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ini ditemukan adanya korelasi antara variabel independen, yaitu Kesadaran Wajib Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi, Kondisi Keuangan, dan Sanksi Pajak dalam model regresi dengan melihat nilai *Varian Inflation Factor (VIF)* dan nilai *Tolerance (TOL)*. Jika nilai $VIF \leq 10$ dan nilai $TOL \geq 0,10$, maka model regresi dinyatakan terbebas dari multikolinearitas (Ghozali, 2018). Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficient^a

Model	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
KSWP	0,621	1,610	Tidak terjadi multikolinearitas
MSA	0,734	1,363	Tidak terjadi multikolinearitas
KK	0,808	1,238	Tidak terjadi multikolinearitas
SP	0,521	1,921	Tidak terjadi multikolinearitas

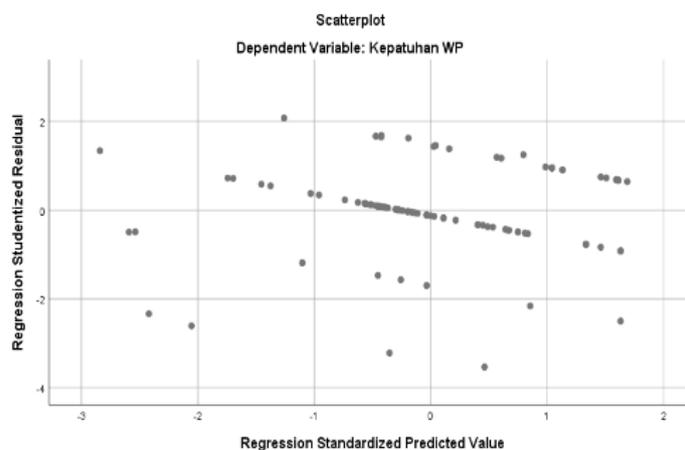
Sumber: data kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance (TOL)* menunjukkan semua variabel independen memiliki nilai $TOL \geq 0,10$. Dan nilai *Varian Inflation Factor (VIF)* menunjukkan semua variabel independen memiliki nilai $VIF \leq 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi antar variabel independen, yaitu Kesadaran Wajib Pajak (KSWP), Modernisasi Sistem Administrasi (MSA), Kondisi

Keuangan (KK), dan Sanksi Pajak (SP) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak serta telah memenuhi asumsi uji multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi adanya perbedaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidak heteroskedastisitas, dapat melihat grafik *Scatterplot* antara ZPRED dan SRESID. Hasil uji heteroskedastisitas akan disajikan pada Gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3
Uji Heteroskedastisitas
Sumber: data kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Gambar 3, dapat diketahui hasil *Scatterplot* bahwa titik - titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, serta tidak ada yang membentuk pola yang jelas. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh sejauh mana hubungan antara variabel independen (Kesadaran Wajib Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi, Kondisi Keuangan, dan Sanksi Pajak) dengan variabel dependen (Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar pajak reklame) di Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) Kota Surabaya. Data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner telah diisi sebanyak 101 responden wajib pajak di Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) Kota Surabaya. Hasil analisis regresi linier berganda tertera pada Tabel 6:

Tabel 6
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.431	0.628	2.279	0.025
	Kesadaran WP	0.026	0.028	0.107	0.361
	Modernisasi	0.092	0.032	0.306	2.857
	Kondisi Keuangan	0.085	0.046	0.186	1.821

Sanksi Pajak	-0.006	0.026	-0.029	-0.227	0.821
--------------	--------	-------	--------	--------	-------

Sumber: data kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat bahwa hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan masing-masing variabel independen yang memiliki nilai koefisien regresi, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Nilai koefisien regresi kesadaran wajib pajak pada persamaan regresi linier berganda bernilai positif sebesar 0,026. Maka menunjukkan bahwa variabel kesadaran wajib pajak memiliki hubungan searah dengan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame, (2) Nilai koefisien regresi modernisasi sistem administrasi pada persamaan regresi linier berganda bernilai positif sebesar 0,092. Maka menunjukkan bahwa variabel modernisasi sistem administrasi memiliki hubungan searah dengan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame, (3) Nilai koefisien regresi kondisi keuangan pada persamaan regresi linier berganda bernilai positif sebesar 0,085. Maka menunjukkan bahwa variabel kondisi keuangan memiliki hubungan searah dengan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame, (4) Nilai koefisien regresi sanksi pajak pada persamaan regresi linier berganda bernilai negatif sebesar -0,006. Maka menunjukkan bahwa variabel sanksi pajak tidak memiliki hubungan searah pada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) adalah koefisien yang menerangkan secara keseluruhan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan juga digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi (R²) mendekati 1, maka variabel independen berpengaruh besar terhadap dependen (Ghozali, 2018). Dan begitu sebaliknya. Hasil uji koefisien determinasi tertera pada Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,436 ^a	0.191	0.157	0.64518

a. Predictors: (Constant), SP, KK,MSA,KSWP

b. Dependent Variable: Kepatuhan WP

Sumber: data kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 7, hasil menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R²) dalam penelitian ini sebesar 0,191 atau sebesar 19,1%. Hal ini dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh dari kesadaran wajib pajak, modernisasi sistem administrasi, kondisi keuangan, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame sebesar 19,1% dan sisanya 80,9% dapat dipengaruhi oleh faktor lain dalam model yang tidak diketahui. Nilai R² sebesar 0,191 tersebut berada pada 0<0,191<1.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F merupakan uji yang menunjukkan apakah model layak untuk diolah lebih lanjut. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikan sebesar 5% atau 0,05. Hasil Uji F dalam penelitian ini akan disajikan pada Tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	9.405	4	2.351	5.649	,000 ^b

Residual	39.961	96	0.416
Total	49.366	100	

Sumber: data kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa model regresi dapat dikatakan layak untuk digunakan penelitian. Hal tersebut dilihat pada nilai F_{hitung} sebesar 5,649 dengan tingkat signifikan 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan variabel independen yaitu Kesadaran Wajib Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi, Kondisi Keuangan, Sanksi Pajak dapat dikatakan layak digunakan untuk menjelaskan variabel dependen yakni Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar pajak reklame.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui menguji pengaruh variabel Kesadaran Wajib Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi, Kondisi Keuangan, dan Sanksi Pajak terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar pajak reklame dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Hasil pengujian hipotesis menggunakan SPSS 25 versi 25 dapat dilihat pada Tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	1.431	0.628	2.279	0.025
KS WP	0.026	0.028	0.918	0.361
MSA	0.092	0.032	2.857	0.005
KK	0.085	0.046	1.821	0.072
SP	-0.006	0.026	-0.227	0.821

Sumber: data kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 9, hasil uji t menunjukkan dan disimpulkan bahwa variabel independen Kesadaran Wajib Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi, Kondisi Keuangan, dan Sanksi Pajak dan variabel dependen Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame sebagai berikut: (1) Hipotesis 1 yaitu Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak menunjukkan nilai sig sebesar 0,361. Dan nilai 0,361 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 (H_1) ditolak, (2) Hipotesis 2 yaitu Modernisasi Sistem Administrasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame menunjukkan nilai sig sebesar 0,005. Dan nilai 0,005 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 (H_2) diterima, (3) Hipotesis 3 yaitu Kondisi Keuangan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame menunjukkan nilai sig sebesar 0,072. Dan nilai 0,072 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 (H_3) ditolak, (4) Hipotesis 4 yaitu Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame menunjukkan nilai sig sebesar 0,821. Dan nilai 0,821 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 (H_4) ditolak.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame

Berdasarkan hasil uji regresi kesadaran pajak memiliki nilai positif sebesar 0,026 dan berdasarkan hasil uji t memiliki nilai signifikan sebesar 0,361 yang artinya lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 ditolak, yaitu kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Hasil penelitian dalam variabel kesadaran wajib pajak bahwa wajib pajak belum menyadari bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan daerah, sehingga wajib pajak tidak menyadari penundaan pembayaran pajak sangat merugikan karena

menghambat pembangunan daerah termasuk pelayanan dan fasilitas umum yang berasal pajak (Saridan Ruserlistyani, 2018). Menurut Inayati (2019) mengemukakan bahwa wajib pajak hanya mengetahui kewajiban dalam membayar pajak namun cenderung ingin menghindari ketentuan kewajiban membayar pajak, yaitu membayar pajak sesuai tepat jumlah dan tepat waktu (Setiawan, 2017). Kesadaran wajib pajak yang semakin tinggi akan mengakibatkan perilaku wajib pajak yang semakin patuh dalam membayar pajak (Sari dan Ruserlistyani, 2018). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2017) dan Putra (2018) yang menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.

Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame

Berdasarkan hasil uji regresi modernisasi sistem administrasi memiliki nilai positif sebesar 0,092 dan berdasarkan hasil uji t memiliki nilai signifikan sebesar 0,005 yang artinya kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_2 diterima, yaitu Modernisasi Sistem Administrasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Hasil penelitian modernisasi sistem administrasi bahwa adanya modernisasi sistem administrasi memudahkan wajib pajak untuk mengakses peraturan perpajakan dan memenuhi kewajiban dalam membayar pajak. Semakin bagus pengaplikasian modernisasi sistem administrasi dalam membayar pajak, maka dapat merubah pola pikir wajib pajak dalam membayar pajak reklame bahwa membayar pajak sangat mudah dan tidak membingungkan (Setiawan, 2017). Dalam hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Setiawan (2017) di Kota Semarang serta Fitria dan Mildawati (2019) yang menunjukkan bahwa modernisasi sistem administrasi berpengaruh dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame.

Pengaruh Kondisi Keuangan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame

Berdasarkan hasil uji regresi kondisi keuangan memiliki nilai positif sebesar 0,092 dan berdasarkan hasil uji t memiliki nilai signifikan sebesar 0,072 yang artinya lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_3 ditolak, yaitu kondisi keuangan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Kondisi keuangan dapat didefinisikan dengan kemampuan keuangan perusahaan yang tercermin dari tingkat profitabilitas dan arus kas (Inayati, 2019). Wajib pajak yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan cenderung patuh dalam membayar pajak, karena pendapatan yang dimiliki sudah dapat memenuhi kebutuhan - kebutuhan yang penting sehingga dapat memenuhi kewajiban yakni membayar pajak reklame. Wajib pajak yang memiliki tingkat profitabilitas yang rendah akan cenderung kesulitan dalam membayar pajak, hal ini dikarenakan wajib pajak yang mempunyai kondisi keuangan yang sulit akan merasa tertekan dalam membayar pajak karena pendapatan yang dimiliki terbatas dan hanya mampu memenuhi kebutuhan - kebutuhan yang lebih penting daripada membayar pajak (Inayati, 2019). Dalam hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Inayati (2019) dan Ahya (2019) yang menunjukkan bahwa kondisi keuangan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Putri, 2019) yang menunjukkan kondisi keuangan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Kondisi keuangan tidak berpengaruh dikarenakan dari wajib pajak setuju bahwa kondisi keuangan yang dilihat dari arus kas tidak memuaskan. Sehingga wajib pajak cenderung menghindari pajak dan tidak patuh pajak (Inayati, 2019).

Pengaruh Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame

Berdasarkan hasil uji regresi sanksi pajak memiliki nilai negatif sebesar $-0,006$ dan berdasarkan hasil uji t memiliki nilai signifikan sebesar $0,821$ yang artinya lebih dari $0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_4 ditolak, yaitu sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Hasil penelitian sanksi pajak responden kurang setuju jika harus membayar kewajiban pajak beserta tunggakan pajak. Sanksi pajak dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan yang diberikan kepada wajib pajak berupa hukuman untuk memaksa wajib pajak agar mentaati aturan yang berlaku (Fitria dan Mildawati, 2019). Sanksi pajak yang diberikan kepada wajib pajak tidak taat dalam membayar pajak reklame didasarkan perencanaan agar wajib pajak jera dan memutuskan untuk taat atau patuh dalam membayar pajak reklame (Setiawan, 2017). Dalam penelitian ini sanksi pajak tidak berpengaruh mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame dikarenakan menurut Peraturan Walikota nomor 23 tahun 2020 mengemukakan bahwa "Peraturan walikota ini bertujuan untuk memberikan insentif pajak daerah karena dampak penyebaran COVID19 dikota Surabaya, yang artinya sanksi pajak ditiadakan selama dampak penyebaran COVID19". Hal tersebut membuat sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Menurut Setiawan (2017) mengemukakan bahwa penerapan sanksi pajak yang berat diharapkan menimbulkan efek jera kepada wajib pajak yang tidak patuh dalam membayar pajak. Sehingga, penting penerapan sanksi pajak kepada wajib pajak yang mencoba melanggar ataupun sudah melakukan pelanggaran peraturan (Inayati, 2019). Hasil dari pengujian penelitian tidak sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Fitria dan Mildawati (2019), Namun mendukung hasil penelitian yang sebelumnya yang dilakukan oleh Setiawan (2017) di Kota Semarang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji adanya pengaruh variabel kesadaran wajib pajak, modernisasi sistem administrasi, kondisi keuangan, dan sanksi pajak terhadap variabel kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Maka dapat disimpulkan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Variabel Kesadaran Wajib Pajak tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) Kota Surabaya. Hal ini dikarenakan wajib pajak belum menyadari bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan daerah, sehingga wajib pajak tidak menyadari penundaan pembayaran pajak sangat merugikan karena menghambat pembangunan daerah termasuk pelayanan dan fasilitas umum yang berasal dari pajak. Dan dikarenakan wajib pajak hanya mengetahui kewajiban dalam membayar pajak namun cenderung ingin menghindari ketentuan kewajiban membayar pajak, yaitu membayar pajak tepat waktu dan tepat jumlah, (2) Variabel Modernisasi Sistem Administrasi berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) Kota Surabaya. Hal ini menjelaskan bahwa tingkat modernisasi sistem administrasi yang bagus akan banyak menyuguhkan kemudahan kepada wajib pajak dalam membayar pajak. Sehingga memungkinkan wajib pajak untuk meningkatkan kepatuhan dalam membayar pajak reklame, (3) Variabel Kondisi Keuangan tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) Kota Surabaya. Hal ini dikarenakan Kondisi Keuangan wajib pajak tidak memuaskan sehingga wajib pajak cenderung ingin menghindari membayar pajak, (4) Variabel Sanksi Pajak tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar

pajak reklame di Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) Kota Surabaya. Hal ini dikarenakan sanksi pajak dihapuskan karena ada dampak COVID19.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa saran yang diberikan peneliti yaitu sebagai berikut: (1) Dalam pengumpulan data perlu memperhatikan kualitas dan spesifikasi kuesioner yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan sehingga dapat mencerminkan objek penelitian, (2) Disarankan untuk menambah variabel independen yang lain yang memungkinkan dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame, (3) Disarankan memperluas populasi penelitian, sehingga diharapkan mampu memberikan hasil penelitian bersifat umum, (4) Melakukan sosialisasi mengenai pemahaman tentang pajak, agar wajib pajak sadar pentingnya membayar pajak, (5) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada wajib pajak, agar penerimaan pembayaran pajak reklame meningkat, (6) Memperketat mengenai sanksi pajak yang berlaku agar wajib pajak patuh dalam membayar pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahya, M. S. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Pengetahuan Pajak, Kondisi Keuangan dan Pemeriksaan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada Pengusaha Restoran di Kabupaten Magelang). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang.
- Ariesta, R. P. 2017. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, Sistem Administrasi Modern, Pengetahuan Korupsi, dan Tax Amnesty terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Semarang Candisari. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Aryobimo, P. T. 2012. Pengaruh Persepsi Wajib Pajak tentang Kualitas Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dan Preferensi Resiko Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris terhadap Pajak Orang Pribadi di Kota Semarang). *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang, Semarang.
- Ernanda, M. R. 2018. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Wilayah Bandar Lampung. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung Bandar. Lampung.
- Fitria, D. A. dan Mildawati, T. 2019. Pengaruh Modernisasi Administrasi, Sosialisasi dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *E-Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya. Surabaya: 8(3).
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi Kesembilan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Inayati, E. K. 2019. Pengaruh Kondisi Keuangan, Sanksi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya. Surabaya: 8(12).
- Jayanti, E. D. 2017. Pengaruh Penerapan Sistem E-Filling, Pemahaman Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Artikel Ilmiah*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya.
- Kristina, Zirman, dan E. Hariyani. 2015. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Ketegasan Sanksi, dan Kewajiban Moral Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame. *Jom FEKON*: 2(2).
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan*. Andi. Yogyakarta.
- Pemerintah Kota Surabaya. 2011. *Peraturan Daerah Kota Surabaya tentang Pajak Daerah*. Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2011 Nomor 4. Surabaya.

- Pemerintah Kota Surabaya. 2020. *Peraturan Walikota Surabaya tentang pemberian Insentif Pajak Daerah Dalam Rangka Penangan Dampak Ekonomi Akibat Penyebaran Wabah Corona Virus Disease (COVID-19)*. Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2020 Nomor 23. Surabaya.
- Putra, A. P. 2018. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, serta Persepsi tentang Denda pada Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Reklame di Dinas Pendapatan Kota Surabaya. *Jurnal Akuntansi Akunesa*: 6(2).
- Putra, I. S. P. 2020. Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Sosialisasi, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya. Surabaya: 16.
- Putri, M. A. 2019. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kewajiban Moral, Pemeriksaan Pajak, Kondisi Keuangan, dan Kualitas Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan untuk Usaha Restoran (Wajib Pajak Restoran di Wilayah Kecamatan Ilir Timur yang berada di Kota Palembang). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang.
- Sari, D. I. 2020. Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah: Sistem Pengendalian Intern sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Program Studi Akuntansi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Sari, W. T. dan Rusherlistyani. 2018. Pengaruh Sanksi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus dan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Sleman. *Kajian Akuntansi*. UPN "Veteran" Yogyakarta: 141-142.
- Sendy. 2019. Menjelang Pertengahan Tahun 2019 Satpol PP Kota Surabaya Bongkar 4837 Reklame Liar. <http://satpolpp.surabaya.go.id/menjelangpertengahan-tahun-2019-satpol-pp-kotasurabaya-bongkar-4837-reklame-liar>. Diakses 02 November 2020.
- Setiawan, Y. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam membayar Pajak Reklame di Kota Semarang. *Skripsi*: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Ulfiyah. 2015. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Kota Surabaya. *E-Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 4(11).
- Zahrani, N. R. dan Mildawati, T. 2019. Pengaruh Pemahaman Pajak, Pengetahuan Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *E-Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya. Surabaya: 2460-0585.
- Zuhair, 2018. Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan Mengenai Pajak terhadap Kepatuhan Wajib pajak (Studi Pada Wajib Pajak Restoran di Kota Solo dan Yogyakarta). *Skripsi*: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.