

**PENGARUH PENGETAHUAN PAJAK, SANKSI PAJAK, PELAYANAN PAJAK, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**Nurul Dwi Afisah<sup>1)</sup>, Banu Witono<sup>2)</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

E-mail: [afisahnurul@gmail.com](mailto:afisahnurul@gmail.com)

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

E-mail: [bw257@ums.ac.id](mailto:bw257@ums.ac.id)

**Abstract**

*This study aims to determine and analyze the effect of tax knowledge, tax sanctions, tax services, and taxpayer awareness on motor vehicle taxpayer compliance, with tax socialization as a moderating variable. Sampling in this study used the accidental sampling technique by sending questionnaires to motor vehicle taxpayers and obtaining a sample of 100 respondents. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis and the Moderated Regression Analysis (MRA) test. The data analysis used SPSS version 25. The results showed that tax knowledge, tax sanctions, and taxpayer awareness positively and significantly affected motor vehicle taxpayer compliance. Tax services do not affect motor vehicle taxpayer compliance. Tax socialization is not able to moderate the influence of tax knowledge, tax services, and the awareness of taxpayers on motor vehicle taxpayer compliance. Tax socialization weakens the effect of tax sanctions on motor vehicle taxpayer compliance.*

**Keywords :** *Taxpayer compliance, tax knowledge, tax sanctions, tax services, taxpayer awareness, and tax socialization.*

**1. PENDAHULUAN**

Salah satu sumber pendapatan negara yang mempunyai peran penting bagi pelaksanaan dan peningkatan pembangunan nasional adalah pajak yang direalisasikan melalui pembangunan dan peningkatan sarana prasarana publik untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat (Hartana & Merkusiwati, 2018; Meifari, 2020; Wardani & Rumiya, 2017). Pajak dikategorikan menjadi dua macam, yaitu pajak yang dikelola dan dipungut oleh pemerintah pusat disebut pajak pusat, sedangkan pajak yang dikelola dan dipungut oleh pemerintah daerah disebut pajak daerah (Hartana & Merkusiwati, 2018; Meifari, 2020). Salah satu jenis pajak daerah adalah pajak atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor atau biasa yang disebut dengan pajak kendaraan bermotor (Gustiari & Suprasto, 2018).

Jumlah kendaraan bermotor dari tahun ke tahun terus meningkat, hal ini bisa dimanfaatkan kantor SAMSAT untuk melaksanakan pemungutan atas pajak kendaraan bermotor supaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor (Wardani & Rumiya, 2017). Di wilayah Kabupaten Sukoharjo dan daerah sekitarnya terjadi peningkatan kendaraan bermotor dari tahun ke tahun. Hal itu disebabkan oleh faktor-faktor seperti perkembangan teknologi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transportasi sehingga menyebabkan daya beli masyarakat menjadi tinggi (Hartana &

Merkusiwati, 2018; Dewi & Supadmi, 2021). Semakin tinggi jumlah kendaraan bermotor yang ada di Kabupaten Sukoharjo dan daerah sekitarnya maka akan semakin banyak wajib pajak kendaraan bermotor di daerah tersebut.

Penerimaan pajak dipengaruhi oleh tingkat kepatuhan wajib pajak itu sendiri. Kepatuhan wajib pajak menjadi masalah yang penting dikarenakan jika wajib pajak tidak patuh akan kewajibannya maka dapat wajib pajak berkeinginan untuk melakukan tindakan pelalaian dan penghindaran kewajiban pajaknya (Nirajenani & Aryani, 2018). Pengetahuan pajak, sanksi pajak, pelayanan pajak, kesadaran wajib pajak dan sosialisasi perpajakan adalah beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Informasi pajak yang bisa digunakan oleh wajib pajak sebagai dasar untuk mengambil keputusan, bertindak dan menentukan strategi yang berhubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajiban di bidang perpajakan merupakan pengertian dari pengetahuan wajib pajak (Wardani & Asis, 2017; Dewi, Yudiantara & Yasa, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh oleh Dewi & Supadmi (2021), Meifari (2020), Kowel, Kalangi & Tangkuman (2019), Ardiyanti & Supadmi (2020), Yasa & Jati (2017), Rizal (2019), Awati, Mas'ud & Nudi (2018) menunjukkan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Peran penting dari sanksi pajak yaitu untuk memberikan pelajaran bagi pelanggar pajak supaya tidak meremehkan peraturan perpajakan dan kewajiban pajaknya (Hartana & Merkusiwati, 2018; Yasa & Jati, 2017; Krisnadeva & Merkusiwati, 2020; Nirajenani & Aryani, 2018; Wardani & Rumiyatun, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Hartana & Merkusiwati (2018), Dewi & Supadmi (2021), Yasa & Jati (2017), Krisnadeva & Merkusiwati (2020), Dewi, Yudiantara & Yasa (2020), Nirajenani & Aryani (2018) menemukan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Kualitas pelayanan adalah kemampuan organisasi untuk melebihi dan memenuhi target harapan pelanggan (Gustiari & Suprasto, 2018; Krisnadeva & Merkusiwati, 2020; Nirajenani & Aryani, 2018). Pemerintah atau petugas pajak harus meningkatkan kualitas pelayanan pajak karena kualitas pelayanan berperan penting dalam peningkatan kepatuhan wajib pajak (Gustiari & Suprasto, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Gustiari & Suprasto (2018), Widajantie & Anwar (2020), Ardiyanti & Supadmi (2020), Krisnadeva & Merkusiwati (2020), Dewi, Yudiantara & Yasa (2020), Nirajenani & Aryani (2018) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Kesadaran wajib pajak merupakan kondisi di mana wajib pajak mengetahui, melaksanakan, mematuhi kewajiban pajaknya dengan sukarela dan benar (Hartana & Merkusiwati, 2018; Meifari, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Hartana & Merkusiwati (2018), Widajantie & Anwar (2020), Meifari (2020), Yasa & Jati (2017), Aswati, Mas'ud & Nudi (2018), Nirajenani & Aryani (2018), Kowel, Kalangi & Tangkuman (2019), Wardani & Asis (2017) menemukan bahwa variabel kesadaran wajib pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Upaya untuk memberikan informasi, pengertian, pembinaan kepada wajib pajak tentang segala hal yang berhubungan dengan pajak kendaraan bermotor dan perundang-undangan adalah definisi dari sosialisasi perpajakan (Hartana & Merkusiwati, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Hartana & Merkusiwati (2018) menemukan bahwa

sosialisasi perpajakan memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Penelitian Dewi & Supadmi (2021) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan mampu memperkuat pengaruh pengetahuan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Untuk itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pengetahuan pajak, sanksi pajak, pelayanan pajak, kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderating.

Penelitian ini menggunakan *theory of planned behavior* sebagai teori utama. *Theory of Planned Behavior* yang ditemukan oleh Icek Ajzen menjelaskan bahwa perilaku yang ditimbulkan oleh individu disebabkan karena adanya niat untuk bertindak atau berperilaku (Kowel, Kalangi & Tangkuman, 2019; Gustiari & Suprasto, 2018). Hasil proses evakuasi terhadap keyakinan dari individu yang mendorong perilaku adalah respon positif ataupun negatif terhadap perilaku (Gustiari & Suprasto, 2018). Terdapat tiga faktor yang dapat menentukan perilaku dari seseorang yaitu behavior beliefs, normative beliefs, dan control beliefs (Hartana & Merkusiwati, 2018; Gustiari & Suprasto, 2018; Kowel et al., 2019; Anto et al., 2021; Meiryani et al., 2022). *Theory of Planned Behavior* relevan untuk dapat menjelaskan perilaku dari wajib pajak dan adanya kesadaran dari wajib pajak dalam memenuhi dan mematuhi kewajiban pajaknya yang akan menyebabkan peningkatan dari kepatuhan wajib pajak (Anto et al., 2021).

Teori atribusi sebagai teori pendukung dalam penelitian ini menjelaskan proses-proses yang terjadi di dalam diri seseorang yang menyebabkan bisa memahami perilaku seseorang (Meiryani et al., 2022). Orang-orang yang mencoba untuk menentukan mengapa orang melakukan apa yang mereka lakukan merupakan asumsi dari teori perilaku (Anto et al., 2021; Krisnadeva & Merkusiwati, 2020). Terdapat tiga faktor untuk menentukan perilaku seseorang yaitu kekhususan, konsensus, konsistensi. Teori atribusi sangat relevan untuk menjelaskan bahwa kepatuhan wajib pajak berkaitan erat dengan sikap wajib pajak terhadap pajak itu sendiri dan peraturan perpajakan yang berlaku (Ardiyanti & Supadmi, 2020; Rizal, 2019).

Pengetahuan pajak adalah sensitivitas wajib pajak terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan yang mengacu pada sejauh mana kesadaran wajib pajak pada informasi dan peraturan yang terkait dengan perpajakan (Ardiyanti & Supadmi, 2020). Semakin baik pengetahuan pajak yang dimiliki oleh wajib pajak, maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan dari wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban pajaknya.

H1 : Pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Sanksi pajak yaitu jaminan bahwa ketentuan dari peraturan perundang-undangan perpajakan yang akan ditaati (Hartana & Merkusiwati, 2018). Sanksi administrasi diberikan bagi pelanggaran peraturan pajak untuk mencegah tindakan yang tidak diinginkan (Wardani & Rumiyatun, 2017). Semakin tinggi persepsi dari wajib pajak pada sanksi pajak yang berlaku, maka akan semakin tinggi juga tingkat kepatuhan dari wajib pajak.

H2 : Sanksi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Semua aktivitas layanan yang dilaksanakan petugas pajak untuk menyelesaikan dan membantu keperluan wajib pajak disebut dengan pelayanan pajak (Widajantie & Anwar, 2020). Peningkatan kualitas pelayanan adalah salah satu cara untuk bisa

meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Petugas pajak dituntut untuk melayani wajib pajak dengan adil, tegas dan sikap yang ramah supaya nantinya pelayanan yang diberikan berpengaruh pada tingkat kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajaknya (Dewi, Yudiantara & Yasa, 2020).

H3 : Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Salah satu perbuatan yang mencerminkan kemauan wajib pajak untuk menyelesaikan tanggung jawab dan kewajiban perpajakannya dengan sukarela tanpa adanya paksaan disebut dengan kesadaran (Widajantie & Anwar, 2020). Kesadaran wajib pajak digunakan untuk membantu dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajaknya dan dapat dilihat dari keinginan dari wajib pajak itu sendiri untuk memenuhi kewajiban dan tanggung jawabnya terhadap perpajakan (Dewi, Yudiantara & Yasa, 2020).

H4 : Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Sosialisasi perpajakan dapat digunakan masyarakat untuk memahami manfaat dalam membayar pajak dan dapat dijadikan sebagai motivasi tersendiri bagi masyarakat untuk taat dan patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakannya menurut (Dewi & Supadmi, 2021). Wajib pajak sangat membutuhkan peran dari pengetahuan pajak, karena dengan adanya pengetahuan pajak yang dimiliki oleh wajib pajak bisa menimbulkan rasa untuk patuh terhadap kewajiban pajaknya.

H5 : Sosialisasi perpajakan memperkuat pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Wajib pajak perlu untuk memahami, mengetahui dan menjalankan kewajiban pajaknya, maka dari itu sosialisasi mengenai sanksi perpajakan sangat perlu untuk dilaksanakan oleh DJP maupun petugas pajak (Hartana & Merkusiwati, 2018). Dengan adanya sanksi yang dikenakan dan sosialisasi perpajakan maka akan menyebabkan peningkatan kepatuhan wajib pajak.

H6 : Sosialisasi perpajakan memperkuat pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Faktor eksternal yang bisa menghentikan dan mendorong niat dari wajib pajak untuk menjalankan kewajiban perpajakannya adalah kualitas pelayanan yang disediakan oleh petugas pajak. Peningkatan kepatuhan dari wajib pajak ditimbulkan dari kualitas pelayanan yang disediakan oleh petugas pajak dan pemberian sosialisasi mengenai segala hal yang berkaitan dengan perpajakan.

H7 : Sosialisasi perpajakan memperkuat pengaruh pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Adanya sosialisasi yang berkaitan dengan perpajakan yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak akan menjadikan kesadaran wajib pajak lebih efektif, karena sosialisasi perpajakan dapat mendorong wajib pajak untuk menjalankan kewajiban perpajakannya (Hartana & Merkusiwati, 2018).

H8 : Sosialisasi perpajakan memperkuat pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh wajib pajak kendaraan bermotor di wilayah Kabupaten Sukoharjo, Kota

Surakarta, Kabupaten Klaten, Kabupaten Sragen, Kabupaten Wonogiri, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Boyolali. Teknik pengambilan sampel di dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dan jumlah sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin kemudian didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan setiap pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala likert 1-5. Data dalam penelitian ini adalah data primer atau data yang didapatkan langsung dari sumber aslinya. Dalam penelitian ini sumber data diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner yang sudah disebarluaskan secara langsung oleh peneliti beserta lampirannya. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan uji *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Berikut ini adalah model persamaan regresi dalam penelitian ini :

Persamaan Regresi Model 1 (Analisis Regresi Linear Berganda)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \quad (1)$$

Persamaan Regresi Model 2 (MRA)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 Z + \beta_6 (X_1 Z) + \beta_7 (X_2 Z) + \beta_8 (X_3 Z) + \beta_9 (X_4 Z) + e \quad (2)$$

Keterangan:

Y	: Kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor
$\alpha$	: Konstanta
$\beta_1, \beta_9$	: Koefisien regresi
X1	: Pengetahuan pajak
X2	: Sanksi pajak
X3	: Pelayanan pajak
X4	: Kesadaran wajib pajak
Z	: Sosialisasi perpajakan
e	: Error

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel dalam penelitian ini memiliki r hitung pada setiap pertanyaan yang nilainya lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir pertanyaan kuesioner adalah valid. Nilai *Cronbach Alpha* untuk setiap variabel > 0,60, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

Nilai signifikansi dalam uji normalitas persamaan 1 maupun persamaan 2 nilainya sama yaitu sebesar 0,200 > 0,05. Hal itu berarti bahwa hasil uji normalitas regresi linear berganda dan regresi moderasi dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Nilai *tolerance* dan VIF untuk setiap variabel > 0,10 dan < 10, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi linear berganda dan regresi moderasi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Nilai signifikansi pada masing-masing variabel baik persamaan 1 maupun persamaan 2 memiliki nilai signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

**Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif**

	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor	100	12	20	17,48	1,951
Pengetahuan Pajak	100	12	20	16,37	2,316
Sanksi Pajak	100	11	20	15,92	2,316
Pelayanan Pajak	100	12	20	16,65	1,876
Kesadaran Wajib Pajak	100	11	20	16,36	1,914
Sosialisasi Perpajakan	100	10	20	15,88	2,434
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olah SPSS, 2023

Kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 20. Nilai mean (rata-rata) kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor adalah 17,48 dengan standar deviasi dari kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor adalah 1,951. Pengetahuan pajak memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 20. Nilai mean (rata-rata) pengetahuan pajak adalah 16,37 dengan standar deviasi dari pengetahuan pajak adalah 2,316. Sanksi pajak memiliki nilai minimum 11 dan nilai maksimum 20. Nilai mean (rata-rata) sanksi pajak adalah 15,92 dengan standar deviasi dari sanksi pajak adalah 2,316. Pelayanan pajak memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 20. Nilai mean (rata-rata) pelayanan pajak adalah 16,65 dengan standar deviasi dari pelayanan pajak adalah 1,876. Kesadaran wajib pajak memiliki nilai minimum 11 dan nilai maksimum 20. Nilai mean (rata-rata) kesadaran wajib pajak adalah 16,36 dengan standar deviasi dari kesadaran wajib pajak adalah 1,914. Sosialisasi perpajakan memiliki nilai minimum 10 dan nilai maksimum 20. Nilai mean (rata-rata) sosialisasi perpajakan adalah 15,88 dengan standar deviasi dari sosialisasi perpajakan adalah 2,434.

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

<b>Variabel</b>	<b>Coefficient</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
<i>(Constant)</i>	6.047	2,772	0,007
Pengetahuan Pajak	0,303	4,024	0,000
Sanksi Pajak	0,186	2,344	0,021
Pelayanan Pajak	0,019	0,21	0,834
Kesadaran Wajib Pajak	0,195	2,094	0,039
F hitung	10,255		
<i>Adjusted R<sup>2</sup></i>	0,272		
Signifikansi F	0,000		

Sumber: Data Olah SPSS, 2023

Nilai Fhitung sebesar 10,255 dengan nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda dalam penelitian ini layak untuk digunakan sebagai analisis untuk pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai dari *adjusted R<sup>2</sup>* adalah 0,272 atau sebesar 27,2% yang berarti bahwa variabel independen pengetahuan pajak, sanksi pajak, pelayanan pajak dan

kesadaran wajib pajak bisa menjelaskan variasi variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor sebesar 0,272 atau 27,2% sedangkan sisanya 72,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak ada di dalam penelitian ini.

Pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Maka, H1 diterima. Semakin tinggi pengetahuan pajak yang dimiliki oleh wajib pajak maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hasil penelitian mendukung teori atribusi dalam menerangkan tentang adanya kondisi-kondisi yang mendorong perilaku seseorang baik internal ataupun eksternal (Ardiyanti & Supadmi, 2020). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Supadmi (2021), Wardani & Rumiyatun (2017), Meifari (2020), Kowel et al (2019), Ardiyanti & Supadmi (2020), Dewi, Yudiantara & Yasa (2020), Rizal (2019), Awati et al (2018), Anto et al (2021) yang menemukan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,021 < 0,05$  yang artinya sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Maka, H2 diterima. Semakin tinggi sanksi pajak yang dikenakan oleh wajib pajak yang melanggar kewajiban pajaknya maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* karena sanksi pajak berhubungan dengan *control belief* yaitu keberadaan sesuatu yang bisa memperlemah atau memperkuat perilaku individu dan keyakinan dari individu itu sendiri. Pembuatan sanksi pajak bertujuan supaya mendorong wajib pajak dalam mematuhi dan memenuhi kewajiban perpajakannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartana & Merkusiwati (2018), Dewi & Supadmi (2021), Yasa & Jati (2017), Krisnadeva & Merkusiwari (2020), Dewi, Yudiantara & Yasa (2020), Nirajenani & Aryani (2018), Anto et al (2021), Meiryani et al (2021) yang menemukan bahwa sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Pengaruh pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,834 > 0,05$  yang artinya pelayanan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Maka, H3 ditolak. Pelayanan pajak harus terdiri dari fasilitas fisik yang lengkap dan memadai. Fasilitas yang tidak lengkap dan memadai akan berdampak kepada wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya karena tidak lengkapnya fasilitas akan membuat prosedur pembayaran pajak menjadi lama dan wajib pajak akan merasa tidak nyaman dengan kurangnya fasilitas yang disediakan oleh petugas pajak. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aswati et al (2018) yang menemukan bahwa pelayanan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,039 < 0,05$  yang artinya kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Maka, H4 diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kesadaran wajib pajak maka dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa individu akan mengambil keputusan ketika ada niat dari individu itu. Dengan adanya niat dari wajib pajak, maka wajib pajak

pasti akan melaksanakan pembayaran kewajiban pajaknya secara sukarela (Kowel, Kalangi & Tangkuman, 2019). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisnadeva & Merkusiwati (2020), Widajantie & Anwar (2020), Wardani & Rumiayatun (2017), Meifari (2020), Kowel et al (2019), Yasa & Jati (2017), Krisnadeva & Merkusiwari (2020), Dewi, Yudantara & Yasa (2020), Wardani & Asis (2017), Rizal (2019), Aswati et al (2018), Nirajenani & Aryani (2018), Anto et al (2021) menemukan bahwa variabel kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

**Tabel 3. Hasil Moderated Regression Analysis (MRA)**

Variabel	Coefficient	t	Sig.
(Constant)	6,350	0,473	0,637
Pengetahuan Pajak	0,233	0,522	0,603
Sanksi Pajak	1,004	2,394	0,019
Pelayanan Pajak	-0,729	-1,115	0,268
Kesadaran Wajib Pajak	0,001	0,003	0,998
Sosialisasi Perpajakan	0,15	0,175	0,861
X1_Z	0,001	0,033	0,974
X2_Z	-0,052	-2,026	0,046
X3_Z	0,045	1,138	0,258
X4_Z	0,008	0,258	0,797
F hitung	6,638		
Adjusted R <sup>2</sup>	0,339		
Signifikansi F	0,000		

Sumber: Data Olah SPSS, 2023

Nilai Fhitung sebesar 6,638 dengan nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model regresi moderasi layak untuk digunakan sebagai analisis untuk pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi. Nilai dari *adjusted R<sup>2</sup>* adalah 0,339 atau sebesar 33,9% yang berarti variabel independen yang terdiri dari pengetahuan pajak, sanksi pajak, pelayanan pajak, kesadaran wajib pajak dan variabel moderasi sosialisasi perpajakan bisa menjelaskan variasi variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor sebesar 0,339 atau 33,9% sedangkan sisanya 66,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Pengaruh interaksi antara variabel pengetahuan pajak dengan sosialisasi perpajakan (X1\*Z) terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,974 > 0,05$  yang artinya bahwa sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi pengaruh pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hal ini menunjukkan bahwa H5 ditolak. Sosialisasi perpajakan seharusnya dilakukan secara rutin oleh pemerintah dengan mengutus petugas pajak. Untuk membuat wajib pajak tertarik untuk mengikuti sosialisasi perpajakan petugas pajak harus membuat acara sosialisasi perpajakan dengan menarik dan kreatif. Selain itu untuk memudahkan petugas, sosialisasi perpajakan bisa dilakukan melalui media sosial dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang sudah berkembang pesat di era globalisasi ini. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari et al

(2020) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengaruh interaksi antara variabel sanksi pajak dengan sosialisasi perpajakan ( $X_2*Z$ ) terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,046 < 0,05$  dan *coefficient* sebesar  $-0,052$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_6$  diterima yang artinya sosialisasi perpajakan memperlemah pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Penjelasan pengenaan sanksi pajak yang kurang jelas kepada wajib pajak yang tidak menjalankan kewajiban pajaknya melalui kegiatan sosialisasi perpajakan berdampak pada semakin menurunnya kepatuhan wajib pajak dalam membayarkan pajaknya (Dewi & Supadmi, 2021). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marsaulina & Putra (2018) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan memperlemah hubungan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Pengaruh interaksi antara variabel pelayanan pajak dengan sosialisasi perpajakan ( $X_3*Z$ ) terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,258 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_7$  ditolak yang artinya sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi pengaruh pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Sosialisasi perpajakan perlu dilakukan untuk menjelaskan berbagai hal yang berkaitan dengan pelayanan pajak supaya wajib pajak memahaminya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Meifari (2020) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Pengaruh interaksi antara variabel kesadaran wajib pajak dengan sosialisasi perpajakan ( $X_4*Z$ ) terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,797 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_8$  ditolak yang artinya sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Sosialisasi perpajakan harus dilakukan dengan baik dan memanfaatkan media sosial, media massa, media cetak bahkan media audio visual seperti radio dan televisi untuk memberikan pengaruh kepada wajib pajak akan pentingnya pajak untuk pembangunan daerah ataupun negara. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Meifari (2020) yang menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian yang dilakukan pada sampel penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan *Moderate Regression Analysis* (MRA) penulis menarik kesimpulan bahwa pengetahuan pajak, sanksi pajak, kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Artinya semakin tinggi pengetahuan pajak, sanksi pajak dan kesadaran wajib pajak yang dimiliki oleh wajib pajak maka akan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Pelayanan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan antara pengaruh pengetahuan pajak, pelayanan pajak, kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Sosialisasi perpajakan memperlemah pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anto, L. O., Husin, Hamid, W., & Bulan, N. L. (2021). Taxpayer Awareness, Tac Knowledge, Tac Sanctions, Public Service Account Ability and Taxpayer Compliance. *Accounting*, 7(1), 49–58. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.10.015>
- Ardiyanti, N. P. M., & Supadmi, N. L. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, dan Penerapan Layanan SAMSAT Keliling pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(8), 1915–1926. <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i08.p02>
- Aswati, W. O., Mas'ud, A., & Nudi, T. N. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Kantor UPTB SAMSAT Kabupaten Muna). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 27–39.
- Dewi, I. A. P. P., Yudiantara, I. G. A. P., & Yasa, I. N. P. (2020). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak, Akuntabilitas Pelayanan Publik Dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Singaraja. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 11(3), 417–426.
- Dewi, N. G., & Supadmi, N. L. (2021). Tax Socialization Moderate The Effect of Tax Knowledge and Tax Sanctions on The Compliance of Motor Vehicle Taxpayers. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(2), 34–42. [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Gustiari, L. A., & Suprasto, H. B. (2018). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kewajiban Moral dan Kualitas Pelayanan pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(1), 606–632. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i01.p23>
- Hartana, I. M. G., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). Sosialisasi Perpajakan Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 25(2), 1506–1533. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v25.i02.p26>
- Kowel, V. A. A., Kalangi, L., & Tangkuman, S. J. (2019). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak Dan Modernisasi Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA*, 7(3), 4251–4260.
- Krisnadeva, A. A. N., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1425–1440. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i06.p07>
- Marsaulina, N., & Putra, R. J. (2018). Pengaruh Modernisasi Pelayanan Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Pajak, Pengetahuan Perpajakan Kepada Kepatuhan Wajib Pajak Yang Dimoderasi Oleh Sosialisasi Perpajakan. *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 6(1), 14–31. [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)
- Meifari, V. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderating di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Economic, Accounting, Scientific (CASH)*, 1(1), 39–51. <https://doi.org/10.52624/cash.v3i01.1585>

- Meiryani, Abiyyah, M. E. A., Lindawati, A. S. L., Wahyuningtias, D., & Andrian, T. (2022). Determinants of Taxpayer Compliance in Paying Motor Vehicle Tax in An Emerging Country. *Corporate Governance and Organizational Behavior Review*, 6(2), 24–40. <https://doi.org/10.22495/cgobrv6i2p3>
- Nirajenani, C. I. P., & Aryani, N. K. L. M. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(1), hal. 339-369. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i01.p13>
- Rizal, A. S. (2019). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor Dan Sistem SAMSAT Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 7(1), 76–90. <https://doi.org/10.32493/jiaup.v7i1.2204>
- Wardani, D. K., & Asis, M. R. (2017). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Program SAMSAT CORNER Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Akuntansi Dewantara*, 1(2), 106–116.
- Wardani, D. K., & Rumiyyatun. (2017). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, Dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.24964/ja.v5i1.253>
- Widajantie, T. D., & Anwar, S. (2020). Pengaruh Program Pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak, Dan Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Pada Kantor Bersama Samsat Surabaya Selatan). *Behavioral Accounting Journal*, 3(2), 129–143. <https://doi.org/10.33005/baj.v3i2.103>
- Wulandari, R., Risal, & Kristiawati, E. (2020). Sosialisasi Memoderasi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Research Journal of Accounting and Business Management*, 4(2), 97. <https://doi.org/10.31293/rjabm.v4i2.4914>
- Yasa, I. P. R. P., & Jati, I. K. (2017). Kondisi Keuangan Wajib Pajak Pemoderasi Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak Pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1521–1550.