

BAB V

RANCANGAN PUBLIKASI

5.1 Abstraksi

Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Persepsi Kemudahan Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Bumi dan Bangunan Menggunakan *Marketplace* (Tokopedia, Shopee, Blibli) Di Kota Surabaya

Oleh :

Umi Masitoh

Dosen Pembimbing :

Ibnu Fajarudin S.E.,Ak.,M.Ak.,CA.,CPA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan pajak, kesadaran wajib pajak, persepsi kemudahan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan marketplace (Tokopedia, Shopee, Blibli) di kota Surabaya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan merupakan wajib pajak bumi dan bangunan yang terdaftar di BAPENDA Kota Surabaya sebanyak 798.578 wajib pajak. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sejumlah 45.449 wajib pajak yang memenuhi kriteria. Data yang digunakan merupakan data primer berupa kuisisioner yang disebarakan melalui sosial media dengan jumlah 100 responden wajib pajak bumi dan bangunan yang melakukan pembayaran menggunakan *marketplace* (Tokopedia, Shopee, Blibli) data sampel tersebut diolah menggunakan *software* SPSS .

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pengetahuan pajak, kesadaran wajib pajak, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* (Tokopedia, Shopee, Blibli) di kota Surabaya. Secara parsial pengetahuan pajak dan kesadaran memiliki pengaruh signifikan namun persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* (Tokopedia, Shopee, Blibli) di kota Surabaya.

Kata kunci : Wajib Pajak, Kepatuhan bayar PBB, *Marketplace*

The Effect of Tax Knowledge, Taxpayer Awareness, Perception of Convenience
on Compliance with Paying Land and Building Tax Using Marketplace
(Tokopedia, Shopee, Blibli) in Surabaya City

By:

Umi Masitoh

Supervisor:

Ibnu Fajarudin S.E., Ak., M.Ak., CA., CPA

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of tax knowledge, taxpayer awareness, perceived convenience on compliance with paying land and building tax using the marketplace (Tokopedia, Shopee, Blibli) in Surabaya city.

This type of research is quantitative research. The population used is land and building taxpayers registered at BAPENDA Surabaya City totaling 798,578 taxpayers. The sampling technique used purpose sampling and obtained a total of 45,449 taxpayers who met the criteria. The data used is primary data in the form of questionnaires distributed through social media with a total of 100 respondents of land and building taxpayers who make payments using the marketplace (Tokopedia, Shopee, Blibli) the sample data is processed using the SPSS software.

The results in this research indicate that simultaneously tax knowledge, taxpayer awareness, perceived convenience affect compliance with paying land and building taxes using the marketplace (Tokopedia, Shopee, Blibli) in the city of Surabaya. Partially, tax knowledge and awareness have a significant effect but perceived convenience does not have a significant effect on compliance with paying land and building taxes using the marketplace (Tokopedia, Shopee, Blibli) in the city of Surabaya.

Keywords: taxpayers, land and building tax compliance, Marketplace

5.2 Tinjauan teori

Teori Atribusi

Atribusi merupakan salah satu proses pembentukan Atribusi mengacu pada bagaimana orang menjelaskan alasan perilaku orang lain atau diri mereka sendiri. Teori atribusi Weiner (1980) menyatakan bahwa teori atribusi merupakan teori modern yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi motivasi akademik. Pada dasarnya, teori atribusi menyatakan bahwa bila individu-individu mengamati perilaku seseorang, mereka mencoba untuk menentukan apakah itu ditimbulkan secara internal atau eksternal (Robbins, 2007).

Teori atribusi berhubungan langsung dengan sikap dan karakteristik individu yang dapat digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang dalam keadaan tertentu. Oleh karena itu teori atribusi menjadi dasar penelitian ini untuk menilai pengetahuan pajak, kesadaran wajib pajak, persepsi kemudahan fitur marketplace dalam kepatuhan membayar pajak berdasarkan perilaku dan pengetahuan yang diperoleh dalam kondisi internal maupun eksternal yang dialami.

Pajak

Menurut Siddiq dalam Salim dan Haeruddin (2019:13) pajak adalah iuran yang dipaksakan pemerintahan suatu negara dalam periode tertentu kepada wajib pajak yang bersifat wajib dan harus dibayarkan oleh wajib pajak kepada negara dan bentuk balas jasanya tidak langsung. Pajak berdasarkan instansi pemungut digolongkan menjadi 2 (dua), yaitu :

- a. Pajak Daerah (Lokal)
Merupakan pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dengan objek pajak hanya berasal dari daerah itu sendiri. Contohnya pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan.
- b. Pajak Negara (Pusat)
Merupakan pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat melalui instansi seperti Dirjen pajak, Dirjen Bea dan Cukai maupun kantor inspeksi pajak yang tersebut di seluruh wilayah. Contohnya pajak pertambahan nilai.

Pajak Bumi dan Bangunan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah. Pajak Bumi dan Bangunan (PBB-P2) adalah pajak atas bumi atau bangunan yang dimiliki, dikuasai, dan/atau dimanfaatkan oleh orang pribadi atau badan.

Pengetahuan pajak

Pengetahuan pajak adalah pengetahuan mengenai konsep ketentuan umum di bidang perpajakan, jenis pajak yang berlaku di Indonesia mulai dari subjek pajak, objek pajak, tarif pajak, perhitungan pajak terutang, pencatatan pajak terutang, sampai dengan bagaimana pengisian pelaporan pajak (Andriani dalam Salmah, 2018). Dari pengertian tersebut pentingnya akan pengetahuan masyarakat terhadap pajak.

Berikut ini merupakan indikator-indikator pengetahuan pajak menurut Hartini dan Sopian (2018) :

1. Pengetahuan wajib pajak terhadap fungsi pajak.
2. Pengetahuan wajib pajak terhadap peraturan pajak.
3. Pengetahuan wajib pajak terhadap pendaftaran sebagai wajib pajak.
4. Pengetahuan wajib pajak terhadap tata cara pembayaran pajak.
5. Pengetahuan wajib pajak terhadap tarif pajak.

Kesadaran wajib pajak

Kesadaran wajib pajak adalah waktu dimana wajib pajak mengerti dan paham makna, manfaat dan tujuan melunaskan pajak kepada negara serta menyelesaikan kewajiban perpajakannya berdasarkan dengan ketetapan peraturan perundang-undangan dan pelaksanaan perpajakan yang berjalan (Siti Kurnia dalam Patriandari dan Amalia, 2022). Jadi kesadaran wajib pajak merupakan bentuk dari partisipasi maupun inisiatif untuk membayar pajak.

Adapun indikator-indikator kesadaran wajib pajak menurut Asri dalam Hartini dan Sopian (2018) sebagai berikut :

1. Mengetahui adanya undang-undang dan ketentuan perpajakan.
2. Mengetahui fungsi pajak untuk pembiayaan negara.
3. Memahami bahwa kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Marketplace

Marketplace merupakan media online berbasis internet (*web based*) tempat dilakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari penjual sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi penjual dapat mengetahui konsumen yang membutuhkan produk atau jasa mereka (Opiida dalam Sofiani dan Nurhidayat, 2019).

Technology Acceptance Model (TAM)

Teori TAM merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer yang diperkenalkan pertama kali oleh Davis (1986), dikemukakan pula bahwa model *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) oleh Ajzen dan Fishbein (1980). Yang mendasari dari model ini adalah dua konstruksi faktor yaitu perspektif manfaat (*perceived usefulness*) dan perspektif kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*) sebagai penentu penerimaan pemakaian dari suatu sistem informasi. Minat dalam menggunakan teknologi akan meningkat jika sistem teknologinya dirasa bermanfaat serta mudah untuk digunakan. Artinya minat berperilaku dipengaruhi oleh perspektif manfaat serta kemudahan.

Persepsi Kemudahan

Davis (1989) mendefinisikan bahwa tingkat kepercayaan pada seseorang dengan menggunakan suatu teknologi, maka orang tersebut dapat mengurangi usahanya atau disebut sebagai kemudahan, mudah dipahami dan mudah dioperasikan, sehingga pengguna tersebut percaya terhadap suatu teknologi.

Menurut Darvis (1989) berikut ini merupakan indikator dari persepsi kemudahan:

1. Sistem sangat mudah dipelajari.
2. Sistem dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.
3. Keterampilan pengguna bertambah dengan menggunakan sistem tersebut.
4. Sistem sangat mudah dioperasikan.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak diartikan saat menyerahkan dan memberitahukan pada saatnya laporan yang dibutuhkan, menempatkan dengan terperinci berapa pajak yang tertunggak, dan membereskan pajak pada masanya tiada langkah menindas (Amalia, dkk dalam Patriandari dan Amalia, 2022).

Berikut merupakan indikator-indikator kepatuhan pajak menurut Siti Kurnia dalam Hartini dan Sopian (2018) :

1. Kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri.
2. Kepatuhan untuk melaporkan kembali surat pemberitahuan (SPT).
3. Kepatuhan dalam perhitungan dan pembayaran pajak terutang.
4. Kepatuhan dalam pembayaran tunggakan.

Pengembangan Hipotesis

Pengetahuan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak bumi dan bangunan (Badar dan Kantohe, 2021). Dari hasil penelitian sebelumnya dimana pengetahuan wajib pajak masih menjadi faktor penting, mengingat peraturan pajak di Indonesia juga sering mengalami perubahan dari tarif hingga tata cara pembayaran. Berdasarkan paparan diatas maka hipotesis pertama yang diuji adalah :

H1 : Pengetahuan pajak berpengaruh positif/signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* (Tokopedia, Shopee, Blibli) di Kota Surabaya.

Kesadaran wajib pajak adalah suatu kondisi dimana wajib pajak mengetahui, memahami dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela, sedangkan kepatuhan wajib pajak ialah ketaatan tunjuk dan patuh serta melaksanakan ketentuan perpajakan yang terbagi atas kepatuhan formal dan material (Mete, dkk, 2020).

Yang dikatakan jika kesadaran atas kewajiban pajak tinggi maka dapat mempengaruhi kepatuhan dalam membayar pajak. Hasil penelitian sebelumnya oleh Salmah (2018) pengetahuan dan kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak bumi dan bangunan. Pada pengujian hipotesis kedua adalah :

H2 : Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif/signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* (Tokopedia, Shopee, Blibli) di kota Surabaya.

Melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, mendefinisikan bahwa tingkat kepercayaan pada seseorang dengan menggunakan suatu teknologi, maka orang tersebut dapat mengurangi usahanya atau disebut sebagai kemudahan, mudah dipahami dan mudah dioperasikan, sehingga pengguna tersebut percaya terhadap suatu teknologi.

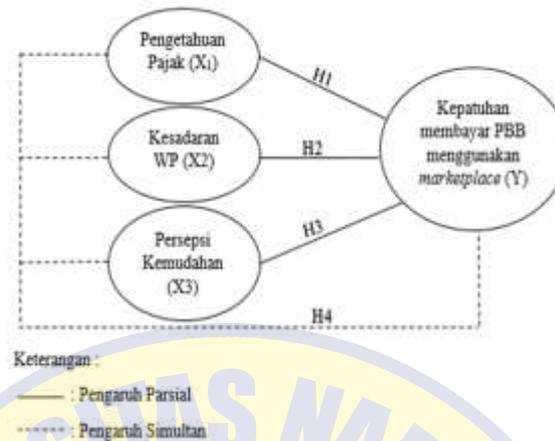
Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sainang (2021) mengungkap bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat membayar pajak. Hasil dari penelitian lainnya oleh Purwiyanti, dkk (2020) menunjukkan jika persepsi kemudahan penggunaan e-filing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dari hasil penelitian tersebut peneliti berasumsi jika kemudahan penggunaan *marketplace* dalam transaksi perpajakan dapat mempengaruhi kepatuhan membayar pajak. Maka hipotesis ketiga adalah :

H3 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif/signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* (Tokopedia, Shopee, Blibli) di kota Surabaya.

Wajib pajak PBB apabila memiliki pengetahuan pajak, kesadaran wajib pajak serta merasakan adanya kemudahan maka akan meningkatkan kepatuhan membayar PBB menggunakan *Marketplace*.

H4 : Pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, persepsi kemudahan berpengaruh positif/signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* di kota Surabaya.

Kerangka berpikir berdasarkan pengembangan hipotesis di atas sebagai berikut :



Gambar 5. 1 Rerangka Berpikir

5.3 Metode Penelitian

Populasi penelitian ini merupakan wajib pajak bumi dan bangunan di kota Surabaya. Sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan perhitungan rumus *slovin* diperoleh sampel sebesar 100. Pada penelitian ini *google form* digunakan sebagai penyebaran kuisiner, sebagai kriteria sampel responden merupakan wajib pajak kota surabaya yang membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* (Tokopedia, Shopee, Blibli). Selanjutnya data akan diolah menggunakan *software* SPSS .

Teknik Analisa Data

Keempat variabel penelitian yaitu pengetahuan pajak (X1), kesadaran wajib pajak (X2), persepsi kemudahan (X3) dan kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* (Tokopedia, Shopee, Blibli) diukur dengan menggunakan skala *likert*. Dimana skor 5 (sangat setuju), skor 4 (setuju), skor 3 (netral), skor 2 (tidak setuju), skor 1 (sangat tidak setuju) skala ini digunakan untuk mengukur instrumen pernyataan yang disebarkan melalui kuisiner. Sebelum melakukan uji hipotesis, terlebih dulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas data, uji multikolinearitas, dan uji heterokedistisitas. Validasi instrumen pernyataan dalam kuisiner dianalisis menggunakan taraf signifikansi 5% dengan kriteria $R_{hitung} > R_{tabel}$. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* 0,6. Setelah dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas dilanjutkan dengan melakukan analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui mengenai hipotesis yang telah dibuat yang dapat dilihat melalui hasil *output* data SPSS .

5.4 Pembahasan dan Temuan

Berdasarkan hasil kuisiner yang telah di distribusikan , berikut merupakan karakteristik responden yang terdiri atas usia dan gender

Tabel 5. 1 Kriteria Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
21tahun – 30tahun	34	34%
31tahun – 40tahun	40	40%
41tahun – 50tahun	26	26%
Jumlah	100	100%
Gender		
Pria	30	30%
Wanita	70	70%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data diolah (2023)

Pada tabel 5.1 diatas menunjukkan hasil penelitian pada responden berdasarkan usia dan jenis kelamin responden terdapat 34 responden berusia 21 tahun – 30 tahun, 40 responden berusia 31tahun – 40 tahun, 26 responden berusia 41 tahun – 50 tahun juga 30 responden pria dan 70 responden wanita.

Pada tabel dibawah ini menunjukkan hasil uji statistik deskriptif terhadap jawaban responden pada setiap variabel :

Tabel 5. 2 Statistik Deskriptif

	Jumlah	Minimum	Maksimum	Rata-Rata	Std. Deviation
Pengetahuan	100	15	25	19,61	1,994
Kesadaran	100	15	25	20,12	2,315
Persepsi	100	14	25	17,91	2,626
Kepatuhan	100	14	25	19,36	2,427

Sumber : Data diolah (2023)

1. Pengertahuan pajak memiliki nilai rata-rata sebesar 19,61 nilai maksimum 25 serta nilai minimum 15 dimana nilai ini lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu 1,994. Hal ini menunjukkan jika fluktuasi yang terjadi pada data kecil.
2. Kesadaran wajib pajak memiliki nilai rata-rata sebesar 20,12 nilai maksimum 25 nilai minimum 15 dimana nilai ini lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu 2,315. Hal ini menunjukkan jika fluktuasi yang terjadi pada data kecil.

3. Persepsi kemudahan memiliki nilai rata-rata sebesar 17,91 nilai maksimum 25 nilai minimum 14 dimana nilai ini lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu 2,2626. Hal ini menunjukkan jika fluktuasi yang terjadi pada data kecil.
4. Kepatuhan memiliki nilai rata-rata sebesar 19,36 nilai maksimum 25 nilai minimum 14 dimana nilai ini lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu 2,427. Hal ini menunjukkan jika fluktuasi yang terjadi pada data kecil.

Uji Kualitas Data

Uji validitas digunakan untuk menguji valid setiap instrumen penelitian. Pada penelitian ini instrumen tersebut adalah pengetahuan pajak, kesadaran wajib pajak, persepsi kemudahan dan kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan marketplace.

Tabel 5. 3 Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Sig.(2-tailed)	Ket.
X1.1	0,667	0,197	0	Valid
X1.2	0,696	0,197	0	Valid
X1.3	0,667	0,197	0	Valid
X1.4	0,652	0,197	0	Valid
X2.1	0,719	0,197	0	Valid
X2.2	0,816	0,197	0	Valid
X2.3	0,702	0,197	0	Valid
X2.4	0,646	0,197	0	Valid
X2.5	0,818	0,197	0	Valid
X3.1	0,813	0,197	0	Valid
X3.2	0,861	0,197	0	Valid
X3.3	0,834	0,197	0	Valid
X3.4	0,827	0,197	0	Valid
X3.5	0,799	0,197	0	Valid
Y1	0,654	0,197	0	Valid
Y2	0,777	0,197	0	Valid
Y3	0,566	0,197	0	Valid
Y4	0,689	0,197	0	Valid
Y5	0,766	0,197	0	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha > 0.6 (Ghozali 2016).

Tabel 5. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,723	Reliabel
Kesadaran (X2)	0,794	Reliabel
Persepsi (X3)	0,883	Reliabel
Kepatuhan (Y)	0,663	Reliabel

Sumber : Data dioah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil pengujian diatas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dapat dipergunakan sebagai alat pengumpulan data.

Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

Uji Normalitas

Tabel 5. 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		1,91934296
Most Extreme Differences	Absolute		0,075
	Positive		0,038
	Negative		-0,075
Test Statistic			0,075
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			0,191
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		0,182
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,172
		Upper Bound	0,192

Sumber : Data dioah SPSS (2023)

Kolmogorov-Smirnov, dengan nilai *Asymp.sig.* sebesar $0,191 > 0,05$ maka data berdistribusi normal dan asumsi normalitas telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PENGETAHUAN	0,716	1,397
	KESADARAN	0,711	1,407
	PERSEPSI	0,788	1,269

a. Dependent Variable: KEPATUHAN

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

1. Jika nilai toleransi $>0,10$ dan $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinearitas.
2. Jika nilai toleransi $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terdapat multikolinearitas.

Pada hasil tabel diatas semua nilai toleransi pada variabel $> 0,10$, dan $VIF < 10$ maka pada model tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,065	1,244		-0,052	0,959
	PENGETAHUAN	-0,012	0,067	-0,021	-0,180	0,858
	KESADARAN	0,099	0,058	0,204	1,717	0,089
	PERSEPSI	-0,008	0,048	-0,018	-0,162	0,871

a. Dependent Variable: ABS

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Semua nilai signifikansi $> 0,05$ yang artinya tidak terdapat heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. 8 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,612 ^a	0,374	0,355	1,949	1,982

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI, PENGETAHUAN, KESADARAN
b. Dependent Variable: KEPATUHAN

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Diketahui nilai DW adalah 1,982. Untuk mencari nilai dU adalah 1,7364, nilai dl adalah 1,6131 maka $4-1,7364=2,2636$. Jadi $1,7364 < 1,982 < 2,2636$ dari hasil tersebut diartikan tidak terjadi autokorelasi pada regresi.

Analisis Regresi Linear

Tabel 5. 9 Hasil Analisis Regresi Linear

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,446	2,167		1,590	0,115
	PENGETAHUAN	0,390	0,116	0,320	3,356	0,001
	KESADARAN	0,399	0,100	0,380	3,973	0,000
	PERSEPSI	0,014	0,084	0,015	0,165	0,869
a. Dependent Variable: KEPATUHAN						

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Pada nilai konstan 3,446 yang artinya variabel independen yaitu pengetahuan pajak (X1), kesadaran wajib pajak (X2), dan persepsi kemudahan (X3) dianggap konstan. Pada variabel Pengetahuan 0,390, variabel kesadaran 0,399, variabel persepsi 0,014 semua memiliki nilai positif yang artinya seluruh variabel memiliki hubungan searah dengan variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Tabel 5. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,612 ^a	0,374	0,355	1,949	1,982
a. Predictors: (Constant), PERSEPSI, PENGETAHUAN, KESADARAN					
b. Dependent Variable: KEPATUHAN					

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,355 atau sebesar 35,5% yang artinya variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 35,5%, dan nilai sisanya sebesar 64,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Tabel 5. 11 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	218,336	3	72,779	19,157	<,001 ^b
	Residual	364,704	96	3,799		
	Total	583,040	99			
a. Dependent Variable: KEPATUHAN						
b. Predictors: (Constant), PERSEPSI, PENGETAHUAN, KESADARAN						

Sumber : Data dioah SPSS (2023)

Pada hasil uji F tabel 5.11 diperoleh hasil nilai F hitung > F tabel dan nilai sig. < 0,05 . Diketahui f tabel sebesar 2,70 dimana 19,157 > 2,70 dan nilai sig. <0,001 < 0,05. Sehingga disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel Pengetahuan Pajak (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), Persepsi Kemudahan (X3) secara simultan terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Bumi dan Bangunan Menggunakan marketplace di Kota Surabaya (Y).

Tabel 5. 12 Hasil Uji t

Variabel	T hitung	Signifikansi
Pengetahuan Pajak (X1)	3,356	0,001
Kesadaran WP (X2)	3,973	0,000
Persepsi Kemudahan (X3)	0,165	0,869

Sumber : Data diolah (2023)

Pada tabel 5.12 diatas diperoleh hasil uji t , diketahui nilai t tabel adalah sebesar 1,985 dan nilai signifikansi < 0,05. Hasil pengujian variabel X1 t hitung 3,356 > 1,985 nilai sig. 0,001 < 0,05 artinya terdapat pengaruh secara parsial antara pengetahuan pajak terhadap kesadaran membayar pajak (Y). Pada variabel X2 memiliki nilai t hitung 3,973 > t tabel 1,985 nilai sig. 0,000 < 0,05 artinya terdapat pengaruh secara parsial antara kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan membayar pajak (Y). Variabel X3 nilai t hitung 0,165 < 1,985 nilai sig. 0,869 > 0,05 artinya tidak ada pengaruh secara parsial antara persepsi kemudahan terhadap kepatuhan membayar pajak (Y).

Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

Berikut merupakan penjabaran hasil uji seluruh hipotesis penelitian :

H1 : Pengetahuan pajak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* di kota Surabaya.

Pada hasil uji H1 diketahui jika variabel independen yaitu pengetahuan pajak memiliki pengaruh positif/signifikan terhadap variabel dependen kepatuhan membayar pajak PBB menggunakan *marketplace*. Hasil pengujian diperoleh t hitung $3,356 > t$ tabel $1,985$ nilai sig. $0,001 < 0,05$. Diartikan jika tingkat pengetahuan semakin tinggi, maka tingkat kepatuhan membayar pajak juga semakin tinggi. Hasil yang sama ditunjukkan pada penelitian sebelumnya oleh Badar dan Kantohe (2022) Pengetahuan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak bumi dan bangunan.

H2 : Kesadaran wajib pajak berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* di kota Surabaya.

Pada hasil uji H2 diketahui jika variabel independen yaitu kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh positif/signifikan terhadap variabel dependen kepatuhan membayar pajak PBB menggunakan *marketplace*. Hasil pengujian diperoleh t hitung $3,973 > t$ tabel $1,985$ nilai sig. $0,000 < 0,05$. Diartikan jika tingkat kesadaran wajib pajak semakin tinggi, maka tingkat kepatuhan membayar pajak juga semakin tinggi. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Mumu,dkk (2020) menunjukkan hasil jika kesadaran wajib pajak berpengaruh positif/signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan..

H3 : Persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* di kota Surabaya.

Pada hasil uji H3 diketahui jika variabel independen yaitu persepsi kemudahan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepatuhan membayar pajak PBB menggunakan *marketplace*. Hasil pengujian diperoleh t hitung $0,165 < t$ tabel $1,985$ nilai sig. $0,869 > 0,05$. Dirujuk pada teori persepsi kemudahan oleh Davis (1989) yang dimana dijelaskan jika tingkat kepercayaan pada seseorang dengan menggunakan suatu teknologi, maka orang tersebut dapat mengurangi usahanya atau disebut sebagai kemudahan, mudah dipahami dan mudah dioperasikan, sehingga pengguna tersebut percaya terhadap suatu teknologi.

Dilansir artikel antara jatim pada Senin, 23 Januari 2023 Komisi B Bidang Perekonomian DPRD Surabaya menilai jika langkah Pemkot memberikan fasilitas kemudahan pembayaran PBB menggunakan *e-commerce* merupakan langkah maju, Alfian Limardi mengatakan dengan adanya kebijakan tersebut maka masyarakat semakin dimudahkan dalam membayar PBB (jatim.antaranews.com).

Berdasarkan uraian artikel tersebut persepsi kemudahan pada wajib pajak pengguna *marketplace* masih rendah hal ini bisa saja terjadi dikarenakan

minimnya sosialisasi kemudahan dalam membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* selain hal tersebut diperlukan pula adaptasi terhadap teknologi. Sesuai artikel berita, kebijakan ini masih baru di kota Surabaya serta masih dalam tahap peninjauan juga penyempurnaan lebih lanjut.

H4 : Pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, persepsi kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* di kota Surabaya.

Hasil pengujian H4 dilakukan dengan uji F yang diperoleh hasil bahwa Pengetahuan Pajak (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), Persepsi Kemudahan (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Bumi dan Bangunan Menggunakan *Marketplace* di Kota Surabaya (Y) dengan perolehan hasil uji nilai F hitung $19,157 > F$ tabel dan nilai sig. $< 0,05$. Diketahui F tabel sebesar 2,70 dimana $19,157 > 2,70$ dan nilai sig. $< 0,001 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak bumi dan bangunan di Kota Surabaya akan meningkat seiring meningkatnya pengetahuan pajak, kesadaran wajib pajak dan juga didukung oleh persepsi kemudahan yang dirasakan dari penggunaan fitur pembayaran pada *marketplace*.

5.5 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden pada wajib pajak yang membayar PBB menggunakan *marketplace* di kota Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengetahuan pajak berpengaruh positif/signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* di kota Surabaya.
2. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif/signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* di kota Surabaya.
3. Persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* di kota Surabaya.
4. Pengetahuan pajak, kesadaran wajib pajak, persepsi kemudahan memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepatuhan membayar pajak bumi dan bangunan menggunakan *marketplace* di kota Surabaya .

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka saran dari peneliti sebagai berikut :

1. Bagi Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Pemkot (BAPENDA) Surabaya

- a. BAPENDA Surabaya diharapkan untuk melakukan sosialisasi tentang manfaat dan tata cara penggunaan fitur pembayaran PBB pada *marketplace*.
 - b. BAPENDA diharapkan mampu memberikan masukan atau saran kepada wajib pajak agar melakukan pembayaran melalui *marketplace* sebagai opsi lain pembayar PBB karena lebih praktis dan hemat waktu.
2. Bagi peneliti selanjutnya
- a. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengubah metode yang digunakan karena penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel, menambahkan indikator serta instrumen lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini agar memperoleh hasil untuk memperkuat teori serta konsep baik yang telah disusun peneliti maupun penelitian terdahulu.

