



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 72 -82

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Literasi Pajak, Sanksi Pajak, dan Pemanfaatan Sistem Digitalisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z dengan Sosialisasi Pajak sebagai Variabel Moderasi

Dani Nurrani Maulida¹, Septi Wulandari Chairina²

¹Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta

daninurrani@gmail.com, chair.ulan27@gmail.com

Abstrak

Kepatuhan wajib pajak merupakan faktor penting dalam mendukung optimalisasi penerimaan negara. Meskipun tingkat kepatuhan formal di Indonesia menunjukkan capaian yang relatif tinggi, kepatuhan substantif masih menjadi permasalahan, khususnya pada kelompok Wajib Pajak Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi pajak, sanksi pajak, dan pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z dengan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada Wajib Pajak Generasi Z yang terdaftar di KPP Pratama Serpong. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus Lemeshow, sehingga diperoleh sebanyak 97 responden. Data dianalisis menggunakan program SPSS dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji t, dan uji moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z, sedangkan sanksi pajak dan pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan. Sosialisasi pajak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak serta mampu memoderasi pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan. Namun, sosialisasi pajak tidak mampu memoderasi pengaruh pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kepatuhan pajak Generasi Z lebih efektif dilakukan melalui peningkatan literasi dan sosialisasi pajak dibandingkan dengan pendekatan sanksi dan teknologi semata.

Kata kunci: Literasi Pajak, Sanksi Pajak, Pemanfaatan Sistem Digitalisasi Perpajakan, Kepatuhan Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak

1. Latar Belakang

Dalam (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007, 2007) Pasal 1 Ayat 1, pajak diartikan sebagai suatu kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang sifatnya memaksa, dengan tidak mendapatkan karena manfaat pajak baru dapat dirasakan secara tidak langsung melalui penyediaan fasilitas publik dan peningkatan kesejahteraan masyarakat dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan merupakan sumber pendapatan negara. Pajak berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan merupakan sumber pendapatan negara (Dharmawan, 2024).

Data Kementerian Keuangan (2024) menyatakan bahwa kontribusi pajak terhadap total penerimaan negara mencapai lebih dari 75%. Hal ini menunjukkan bahwa pajak masih menjadi sumber utama pembiayaan negara dan memainkan peran strategis dalam menopang APBN. Akan tetapi, rasio pajak (*tax ratio*) Indonesia masih berada pada kisaran 10,21%, di bawah target pemerintah sebesar 12%. Target tersebut ditetapkan sebagai langkah realistis dalam memperkuat kapasitas penerimaan negara secara bertahap dan mencerminkan upaya peningkatan kepatuhan pajak di tengah dinamika perekonomian nasional.

Tabel 1. Data Rasio Kepatuhan dan Realisasi Penerimaan Pajak tahun 2021-2024

Tahun	Rasio Kepatuhan	Target Pemerintah	Realisasi Penerimaan Pajak (Rp Triliun)	Target APBN (Rp Triliun)	Persentase Pencapaian
2021	84,07%	80,00%	1.547,8	1.229,6	125,9%
2022	83,20%	80,00%	1.716,8	1.485,0	115,6%
2023	86,97%	83,22%	2.155,4	2.021,2	106,6%
2024	85,75%	83,22%	1.943,6	1.988,9	97,2%

Sumber: Kementerian Keuangan (2024); Direktorat Jenderal Pajak (2024); Databoks Katadata (2022); DDTC News (2023–2024).

Secara administratif, rasio kepatuhan formal wajib pajak pada tahun 2024 mencapai 85,75%, sedikit menurun dibandingkan tahun 2023 sebesar 86,97%, namun masih melampaui target pemerintah 83,22%. Meskipun demikian, realisasi penerimaan pajak tahun 2024 hanya mencapai 97,2% dari target APBN, yang mengindikasikan bahwa kepatuhan substantif wajib pajak masih relatif rendah. Artinya, peningkatan pelaporan SPT belum sepenuhnya diikuti dengan pemenuhan kewajiban pembayaran pajak secara benar dan tepat waktu.

Salah satu kelompok yang menjadi perhatian pemerintah adalah Generasi Z, yaitu penduduk kelahiran 1997–2012 yang mencakup sekitar 27,9% populasi Indonesia atau sekitar 74 juta jiwa. Seiring dengan keterlibatan mereka dalam dunia kerja dan aktivitas ekonomi, termasuk sektor digital, Generasi Z secara hukum telah menjadi wajib pajak yang memiliki kewajiban melaporkan dan membayar pajak sesuai peraturan yang berlaku.

Survei Direktorat Jenderal Pajak DJP, (2024) menunjukkan bahwa tingkat pemahaman perpajakan di kalangan Generasi Z masih relatif rendah. Sebagian besar dari mereka belum memahami secara menyeluruh prosedur pelaporan pajak maupun manfaatnya bagi pembangunan nasional, sehingga belum banyak yang melakukan pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) secara mandiri. Menurut artikel DJP berjudul “*Edukasi Pajak untuk Generasi Z dan Milenial*”, kondisi ini disebabkan karena banyak Generasi Z yang baru memasuki usia produktif dan belum memiliki kesadaran pajak yang kuat. Hal serupa diungkapkan oleh Candra (2023), yang menekankan pentingnya pendekatan edukatif dan kreatif untuk meningkatkan kesadaran pajak di kalangan generasi muda. Beberapa kasus di media sosial juga memperlihatkan bahwa masih terdapat *content creator* muda berpenghasilan tinggi yang belum memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan belum melaporkan SPT, sehingga menimbulkan perhatian publik dan otoritas pajak.

Penelitian ini didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat, sementara niat dibentuk oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Dalam konteks perpajakan, literasi pajak berperan membentuk sikap positif wajib pajak, sanksi perpajakan merepresentasikan norma subjektif berupa tekanan hukum dan sosial, sedangkan pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan meningkatkan perceived behavioral control karena memudahkan pelaporan dan pembayaran pajak. Ketiga faktor tersebut secara simultan memengaruhi niat dan perilaku kepatuhan pajak Generasi Z.

Literasi pajak didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam memahami konsep dan informasi perpajakan (Pane et al., 2024). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa literasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak (Afifudin et al., 2023); (Hadinata & Marpaung, 2025), meskipun penelitian lain menemukan hasil yang berbeda (Mardhatilla et al., 2023). Dalam kerangka TPB, literasi pajak memengaruhi sikap dan meningkatkan keyakinan individu dalam memenuhi kewajiban perpajakan ((Yuliatric & Fauzi, 2020).

Sanksi pajak merupakan instrumen penegakan hukum yang bertujuan menciptakan efek jera dan mendorong disiplin wajib pajak (Nasution et al., 2020). Penelitian (Meilita & Pohan, 2020) serta (Nasiroh & Afiqoh, 2023) menemukan bahwa sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sementara (Alfia, 2024).

Pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan, terutama melalui penyederhanaan administrasi dan peningkatan transparansi kewajibannya ((Mardlo, 2023). Penelitian (Sinuhaji et al., 2024) serta (Tambun & Resti, 2022) menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh positif terhadap kepatuhan, namun (Pernamasari & Rahmawati, 2021) menemukan bahwa digitalisasi tidak berpengaruh signifikan, terutama ketika wajib pajak belum siap secara teknologi.

Generasi Z sebagai digital natives relatif mudah beradaptasi dengan sistem perpajakan digital dan edukasi berbasis media sosial (Apsari, 2025; Utami et al., 2025). Namun, tantangan seperti rendahnya literasi pajak dan gaya hidup konsumtif masih berpotensi menurunkan tingkat kepatuhan (Sartika et al., 2023).

Dalam penelitian ini, sosialisasi pajak diposisikan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh literasi pajak dan digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan. Penelitian (Aini et al., 2025;

Sinuhaji et al., 2024; Sulbahri & Kusuma, 2022) menemukan bahwa sosialisasi mampu memoderasi hubungan tersebut, sedangkan (Aini et al., 2025; Faidani et al., 2022) menyatakan sebaliknya.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu terkait literasi pajak, sanksi pajak, digitalisasi perpajakan, serta peran sosialisasi pajak menunjukkan adanya *research gap*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi pajak, sanksi pajak, dan pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z dengan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi, baik secara langsung maupun dalam memperkuat hubungan antarvariabel tersebut.

1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan landasan filsafat positivisme, yang bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel secara objektif dan terukur (Sugiyono, 2022). Metode ini digunakan untuk menganalisis pengaruh literasi pajak, sanksi pajak, dan pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z, dengan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode
Variabel Independen			
Literasi Pajak (X1) Hadinata & Marpaung, (2025)	Pengetahuan Dasar Pajak	Pemahaman tentang konsep dan jenis pajak	LP 11
	Pemahaman Regulasi & Prosedur	Pemahaman mengenai aturan dan tata cara pelaporan pajak	LP 12
	Kemampuan Praktis	Kemampuan menghitung, menyetor, dan melaporkan pajak	LP 13
	Pemanfaatan Informasi	Kemampuan menggunakan informasi perpajakan dari sumber resmi	LP 14
Sanksi Pajak (X2) Nasution et al., (2020)	Kejelasan & Ketegasan Sanksi	Pengetahuan terhadap jenis dan besaran sanksi pajak	SP 21
	Kesesuaian Sanksi	Persepsi bahwa sanksi sesuai dan adil dengan pelanggaran	SP 22
	Evektivitas Efek Jera	Sanksi menimbulkan dorongan untuk tidak melakukan pelanggaran	SP 23
	Kepastian Penerapan	Keyakinan bahwa sanksi diterapkan secara konsisten tanpa pengecualian	SP 24
	Fungsi Pengawasan	Pandangan bahwa sanksi berfungsi sebagai pengawasan dari pemerintah	SP 25
Pemanfaatan Sistem Digitalisasi Perpajakan (X3) Hejering, (2024)	Kemudahan Akses	Kemudahan mengakses e-Filing, e-Billing, DJP Online, dan Coretax	DP 31
	Efisiensi Waktu & Biaya	Penghematan waktu dan biaya dalam proses perpajakan digital	DP 32
	Kemampuan & Keandalan	Persepsi terhadap keamanan data dan stabilitas sistem digital	DP 33
	Kemampuan Penggunaan	Kemampuan mengoperasikan aplikasi perpajakan digital	DP 34
Variabel Dependen			
Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) Yulia et al., (2021)	Kepatuhan Formal	Penyampaian SPT tepat waktu	KP 41
		Kelengkapan dan kebenaran pengisian SPT	KP 42
	Kepatuhan Material	Pembayaran pajak tepat waktu dan sesuai ketentuan	KP 43
		Menghitung pajak terutang sesuai kondisi sebenarnya	KP 44
Variabel Moderasi			
Sosialisasi Perpajakan (Z) Aini et al., (2025)	Frekuensi Sosialisasi	Intensitas mengikuti kegiatan sosialisasi pajak	SP 51
	Media & Metode Sosialisasi	Aksesibilitas media sosialisasi (digital/webinar/medsos)	SP 52

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6106>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Pemahaman dari Sosialisasi Partisipasi	Tingkat pemahaman yang diperoleh dari sosialisasi	SP 53
	Keterlibatan wajib pajak dalam kegiatan sosialisasi	SP 54
Efektivitas Sosialisasi	Pengaruh sosialisasi dalam meningkatkan kepatuhan pajak	SP 55

Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner. Responden penelitian adalah Wajib Pajak Generasi Z yang telah memiliki NPWP dan pernah melakukan pelaporan atau pembayaran pajak secara digital. Penelitian dilaksanakan di KPP Pratama Serpong pada Desember 2025.

Populasi penelitian mencakup Wajib Pajak Generasi Z yang terdaftar di KPP Pratama Serpong. Penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus *Lemeshow*, sehingga diperoleh 97 responden sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan kriteria responden berusia 18–28 tahun, memiliki NPWP aktif, serta pernah menggunakan sistem perpajakan digital.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan instrumen kuesioner menggunakan skala Likert empat poin. Instrumen penelitian diuji kelayakannya melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data yaitu uji asumsi klasik, uji struktur model dan uji kelayakan model dilakukan menggunakan SPSS versi 25, dengan tujuan menguji pengaruh variabel independen dan peran variabel moderasi terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

3. Hasil dan Diskusi

Hasil

Gambaran Umum Penelitian dan Karakteristik Responden

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Serpong dengan responden berupa Wajib Pajak Generasi Z yang terdaftar pada kantor tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui media sosial, lingkungan sekitar peneliti, serta beberapa lokasi publik di wilayah kerja KPP Pratama Serpong, mengingat keterbatasan akses langsung terhadap Wajib Pajak Generasi Z yang relatif jarang datang ke kantor pajak.

Seluruh responden mengisi kuesioner secara sukarela dengan memberikan data diri serta jawaban sesuai kondisi yang sebenarnya. Seluruh kuesioner yang disebarikan berhasil dikembalikan dan dinyatakan layak untuk dianalisis.

Penentuan sampel menggunakan probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 97 orang, yang ditentukan berdasarkan rumus *Lemeshow*. Karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin dan usia.

Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan mendominasi dengan jumlah 78 orang (80,41%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 19 orang (19,59%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang 21–22 tahun, dengan responden usia 22 tahun sebanyak 29 orang (29,90%) dan usia 21 tahun sebanyak 24 orang (24,74%). Kelompok usia lainnya tersebar pada rentang 19–27 tahun dengan proporsi yang lebih kecil.

Secara keseluruhan, karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh Generasi Z usia awal dewasa, yang relevan dengan tujuan penelitian dalam menganalisis kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y)				
Instrument	r Hitung		r Tabel	Keterangan
KP 1	0,791	>	0,199	VALID
KP 2	0,728	>	0,199	VALID
KP 3	0,565	>	0,199	VALID
KP 4	0,729	>	0,199	VALID
KP 5	0,763	>	0,199	VALID
Hasil Uji Validitas Literasi Pajak (X1)				
Instrument	r Hitung		r Tabel	Keterangan
LP 1	0,718	>	0,199	VALID
LP 2	0,666	>	0,199	VALID
LP 3	0,683	>	0,199	VALID
LP 4	0,658	>	0,199	VALID
LP 5	0,625	>	0,199	VALID
LP 6	0,649	>	0,199	VALID

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6106>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

LP 7	0,596	>	0,199	VALID
LP 8	0,690	>	0,199	VALID
Hasil Uji Validitas Sanksi Pajak (X2)				
Instrument	r Hitung		r Tabel	Keterangan
SP 1	0,587	>	0,199	VALID
SP 2	0,628	>	0,199	VALID
SP 3	0,626	>	0,199	VALID
SP 4	0,673	>	0,199	VALID
SP 5	0,663	>	0,199	VALID
SP 6	0,658	>	0,199	VALID
Hasil Uji Validitas Digitalisasi Pajak				
Instrument	r Hitung		r Tabel	Keterangan
DP 1	0,811	>	0,199	VALID
DP 2	0,580	>	0,199	VALID
DP 3	0,632	>	0,199	VALID
DP 4	0,771	>	0,199	VALID
DP 5	0,676	>	0,199	VALID
Hasil Uji Validitas Sosialisasi Pajak				
Instrument	r Hitung		r Tabel	Keterangan
SP 1	0,725	>	0,199	VALID
SP 2	0,705	>	0,199	VALID
SP 3	0,755	>	0,199	VALID
SP 4	0,814	>	0,199	VALID
SP 5	0,784	>	0,199	VALID
SP 6	0,810	>	0,199	VALID

Berdasarkan tabel 3. diketahui bahwa semua butir instrumen valid, hal itu dibuktikan dengan nilai Pearson Correlation 0,1996 (r Tabel) dan juga nilai signifikansi $< 0,01$. Sehingga semua butir instrumen pernyataan yang sudah diajukan guna dalam melakukan penelitian ini sebanyak 30 butir instrumen pertanyaan yang terdiri dari 5 butir instrumen dari variabel Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y), 8 butir instrumen dari variabel Literasi Pajak (X1), 6 butir instrumen dari variabel Sanksi Pajak (X2), 5 butir instrumen dari variabel Pemanfaatan Sistem Digitalisasi Perpajakan (X3), dan 6 butir instrumen dari variabel Sosialisasi Pajak (Z) sebagai variabel moderasi.

Uji Reabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Literasi Pajak (X1)	0,811	8	Realibel
Sanksi Pajak (X2)	0,706	6	Realibel
Pemanfaatan Sistem Digitalisasi Perpajakan (X3)	0,737	5	Realibel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,766	5	Realibel
Sosialisasi Pajak (Z)	0,857	6	Realibel

Berdasarkan tabel 4. keseluruhan hasil uji reliabilitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF
1 (Constant)	1.456	1.270		1.147	.255	
Literasi Pajak (X1)	.308	.064	.476	4.780	.000	.408 2.450
Sanksi Pajak (X2)	.325	.080	.352	4.049	.000	.536 1.867

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6106>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Digitalisasi Pajak (X3)	-.006	.071	-.007	-.082.935	.581	1.720
Sosialisasi Pajak (Z)	.046	.045	.075	1.006.317	.737	1.356

a. Dependent Variable: Kepatuhan WP Gen Z

Berdasarkan hasil table 5 yang merupakan data hasil pengujian uji multikolinieritas yang telah dilakukan dan akan dipergunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas antar variabel independen, karena seluruh variabel memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan dalam menguji apakah terdapat ketidak saman varian residual antara yang satu dengan yang lainnya. Apabila varian residual konstan pada pengamatan yang satu dengan yang lainnya, dikatakan dengan heteroskedastisitas. Namun apabila variabel yang berbeda dikatakan dengan heteroskedastisitas. Pada penelitian ini tidak adanya heteroskedastisitas atas mode regresi sehingga model regresi ini dapat digunakan dalam melakukan sebuah pengujian. Hal ini dapat dilihat bahwa. Scatterplots di atas menunjukkan datang memiliki sebaran data yang menyebar secara acak di arah atas di bawah angka (0) nol pada sumbu y dengan penyebaran yang cukup merata dan seimbang.

Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	N	Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}	97	
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36314002
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.074
	Negative	-.103
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Pengujian one sample kolomogrov-smirnov test bermakna bahwa apabila mampu memiliki asumsi normalitas dan nilai Asymp.Sig (2-tailed) > Nilai signifikansi maka dapat dinyatakan berdistribusi normal, namun jikalau sebaliknya, tidak dapat dikanyatakan berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Berdasarkan tabel 6 nilai Kolmogorov Smirnov mempunyai nilai 0,071 dengan nilai Asymp. Sig 0,013 < 0,05. Maka model regresi tersebut mempunyai distribusi yang tidak normal.

Analisis Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
(Constant)	1.456	1.270	1.147	.255		
Literasi Pajak	.308	.064	4.780	.000	.408	2.450
Sanksi Pajak	.325	.080	4.049	.000	.536	1.867
Digitalisasi Pajak	-.006	.071	-.082	.935	.581	1.720
Sosialisasi Pajak	.046	.045	1.006	.317	.737	1.356

a. Dependent Variable: Kepatuhan WP Gen Z

Berdasarkan tabel 7 tersebut, maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,456 + 0,308X_1 + 0,325X_2 - 0,006X_3 + 0,046Z + e$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$\alpha = 1,456$ nilai konstanta sebesar 1,456 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen yaitu Literasi Pajak (X1), Sanksi Pajak (X2), Digitalisasi Pajak (X3), dan Sosialisasi Pajak (Z) bernilai nol, maka nilai Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) sebesar 1,456. Dengan kata lain, tanpa adanya pengaruh dari seluruh variabel independen, tingkat kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z tetap memiliki nilai dasar sebesar 1,456.

$\beta_1 = 0,308$ nilai koefisien regresi sebesar 0,308 menunjukkan bahwa variabel Literasi Pajak memiliki arah pengaruh positif. Artinya, setiap kenaikan 1 (satu) satuan pada Literasi Pajak (X1), maka Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) akan meningkat sebesar 0,308, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

$\beta_2 = 0,325$ nilai koefisien regresi sebesar 0,325 menunjukkan bahwa variabel Sanksi Pajak memiliki arah pengaruh positif. Artinya, setiap kenaikan 1 (satu) satuan pada Sanksi Pajak (X2), maka Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) akan meningkat sebesar 0,325, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

$\beta_3 = -0,006$ Nilai koefisien regresi sebesar -0,006 menunjukkan bahwa variabel Digitalisasi Pajak memiliki arah pengaruh negatif. Artinya, setiap kenaikan 1 (satu) satuan pada Digitalisasi Pajak (X3), maka Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) akan menurun sebesar 0,006, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Namun, berdasarkan hasil uji t, pengaruh ini tidak signifikan.

$(Z) = 0,046$ nilai koefisien regresi sebesar 0,046 menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Pajak memiliki arah pengaruh positif. Artinya, setiap kenaikan 1 (satu) satuan pada Sosialisasi Pajak (Z), maka Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) akan meningkat sebesar 0,046, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Namun, berdasarkan hasil uji t, pengaruh ini tidak signifikan.

Analisis Regresi Moderasi

Tabel 8. Hasil Regresi Moderasi

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics Tolerance VIF	
	Unstandardized Coefficients B	Standard Error Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t		
1(Constant)	5.719	.721		7.937	.000	
Literasi Pajak	.480	.054	.741	8.932	.000	.024 42.379
Sanksi Pajak	-.014	.019	-.015	-.741	.461	.394 2.540
Digitalisasi Pajak	-.059	.074	-.069	-.800	.426	.022 46.351
Sosialisasi Pajak	-.311	.043	-.509	-7.200	.000	.032 30.780
Literasi*Sosialisasi	-.023	.003	-1.413	-8.180	.000	.005 183.518
Digitalisasi*Sosialisasi	.002	.004	.080	.516	.607	.007 146.634

a. Dependent Variable: Kepatuhan WP Gen Z

Berdasarkan tabel 8 yakni variabel interaksi antara sosialisasi pajak terhadap literasi pajak memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan t hitung $-8,180 < -1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak nomor resi hubungan antara literasi pajak dan kepatuhan wajib pajak generasi z. Koefisien regresi bernilai negatif (-0,023) yang menunjukkan bahwa sosialisasi pajak memper lemah pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak generasi z. Dengan demikian, H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa sosialisasi pajak berperan sebagai variabel moderasi yang memper lemah pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak generasi z. Berdasarkan tabel 4.12 Variabel interaksi antara digitalisasi pajak dengan sosialisasi pajak memiliki nilai signifikan sebesar $0,607 > 0,05$ dengan nilai t hitung $0,516 < 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak tidak bermoral si hubungan antara digitalisasi pajak dan kepatuhan wajib pajak generasi z. Dengan demikian H_a ditolak dan H_o diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa sosialisasi pajak tidak berperan sebagai variabel moderasi si pada hubungan digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak generasi z. Berdasarkan tabel 4.12 Variabel interaksi kepatuhan dengan sosialisasi pajak memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai p hitung $46,370 > 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi pajak berperan sebagai variabel moderasi signifikan.

$$Y = 5,719 + 0,480X_1 - 0,014X_2 - 0,059X_3 - 0,311Z - 0,023(X_1 \times Z) + 0,002(X_3 \times Z) + 0,05$$

Persamaan regresi moderasi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$X_1 \times Z = -0,023$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Pajak memoderasi hubungan antara Literasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z dengan arah negatif.

$X2*Z = 0,002$ dengan nilai signifikansi $0,607 > 0,05$. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Pajak memoderasi hubungan antara Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z dengan arah positif, namun tidak signifikan. Artinya, setiap kenaikan 1 (satu) satuan pada variabel interaksi $X3*Z$, maka nilai Kepatuhan Wajib Pajak Genetasi Z (Y) akan meningkat sebesar 0,002, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Namun, karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka pengaruh moderasi tersebut tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, Sosialisasi Pajak tidak mampu memoderasi secara signifikan pengaruh Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z.

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	300.133	4	75.033	38.698	.000 ^b
	Residual	178.382	92	1.939		
	Total	478.515	96			

a. Dependent Variable: Kepatuhan WP Gen Z

b. Predictors: (Constant), Sosialisasi Pajak, Sanksi Pajak, Digitalisasi Pajak, Literasi Pajak

Berdasarkan hasil uji F (uji simultan) pada Tabel 4.13 Hasil menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari Literasi Pajak (X1), Sanksi Pajak (X2), Digitalisasi Pajak (X3), dan Sosialisasi Pajak (Z) yang diuji dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y).

Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 38,698 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan mampu menjelaskan pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa literasi pajak, sanksi pajak, digitalisasi pajak, dan sosialisasi pajak secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Uji Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.627	.611	1.39246

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi Pajak, Sanksi Pajak, Digitalisasi Pajak, Literasi Pajak
b. Dependent Variable: Kepatuhan WP Gen Z

Berdasarkan Tabel 10, uji koefisien determinasi di atas menunjukkan nilai R Square sebesar 0,627. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Pajak, Sanksi Pajak, Digitalisasi Pajak, dan Literasi Pajak mampu menjelaskan variabel Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z sebesar 0,627 atau 62,7%. Sedangkan sisanya sebesar 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 11. Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1(Constant)	5.719	.721			7.937	.000		
Literasi Pajak	.480	.054	.741		8.932	.000	.024	42.379
Sanksi Pajak	-.014	.019	-.015		-.741	.461	.394	2.540
Digitalisasi Pajak	-.059	.074	-.069		-.800	.426	.022	46.351
Sosialisasi Pajak	-.311	.043	-.509		-7.200	.000	.032	30.780
Literasi*Sosialisasi	-.023	.003	-1.413		-8.180	.000	.005	183.518
Digitalisasi*Sosialisasi	.002	.004	.080		.516	.607	.007	146.634

a. Dependent Variable: Kepatuhan WP Gen Z

Berdasarkan hasil uji t diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pengaruh Literasi Pajak (X1) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di 4.15 ditarik Kesimpulan bahwa nilai t hitung sebesar $8,932 > t$ tabel 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa literasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Pengaruh Sanksi Pajak (X2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di 4.15 ditarik Kesimpulan bahwa nilai t hitung sebesar $-0,741 < t$ tabel 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar $0,461 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa sanksi pajak berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Pengaruh Digitalisasi Pajak (X3) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di 4.15 ditarik Kesimpulan bahwa nilai t hitung sebesar $-0,800 < t$ tabel 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar $0,426 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa digitalisasi pajak berpengaruh negative tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Pengaruh Sosialisasi Pajak (Z) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di 4.15 ditarik Kesimpulan bahwa nilai t hitung sebesar $-7,200 < t$ tabel 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Pengaruh Literasi Pajak (X1) yang Dimoderasi oleh Sosialisasi Pajak (Z) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di 4.15 ditarik Kesimpulan bahwa nilai t hitung sebesar $-8,180 < t$ tabel 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa sosialisasi pajak mampu memoderasi secara signifikan dengan pengaruh negative pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Pengaruh Digitalisasi Pajak (X3) yang Dimoderasi oleh Sosialisasi Pajak (Z) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di 4.15 ditarik Kesimpulan bahwa nilai t hitung sebesar $0,516 < t$ tabel 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar $0,607 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Diskusi

Pengaruh Literasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Nilai t hitung sebesar 8,932 lebih besar dari t tabel (1,985) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman Generasi Z mengenai fungsi, prosedur, serta hak dan kewajiban perpajakan, maka semakin tinggi tingkat kepatuhan mereka. Hasil ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), khususnya pada pembentukan sikap positif terhadap kepatuhan pajak, serta mendukung penelitian Afifudin et al. (2023) dan Hadinata & Marpaung (2025).

Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sanksi pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Nilai t hitung sebesar -0,741 lebih kecil dari t tabel (1,985) dengan signifikansi $0,461 > 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa sanksi sebagai bentuk norma subjektif belum menjadi faktor utama yang mendorong kepatuhan Generasi Z. Rendahnya pengalaman langsung terhadap sanksi serta kecenderungan Generasi Z yang lebih responsif terhadap pendekatan edukatif menjadi faktor yang menjelaskan hasil ini. Temuan ini tidak sejalan dengan Meilita & Pohan (2020) dan Nasiroh & Afiqoh (2023).

Pengaruh Pemanfaatan Sistem Digitalisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Nilai t hitung sebesar $-0,800$ lebih kecil dari t tabel ($1,985$) dengan signifikansi $0,426 > 0,05$. Meskipun Generasi Z merupakan digital natives, kemudahan sistem digital belum cukup mendorong kepatuhan tanpa didukung pemahaman dan kesadaran perpajakan. Kendala teknis, persepsi keamanan data, serta kebiasaan administrasi juga memengaruhi hasil ini. Temuan ini tidak sejalan dengan Sinuhaji et al. (2024) dan Tambun & Ananda (2022).

Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Nilai t hitung sebesar $-7,200$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Sosialisasi berperan meningkatkan pemahaman, kesadaran, serta kepercayaan wajib pajak, sekaligus memperkuat sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Metode sosialisasi yang berbasis digital dan interaktif terbukti efektif bagi Generasi Z. Temuan ini sejalan dengan Firmansyah et al. (2022) dan Azary et al. (2022).

Peran Sosialisasi Pajak dalam Memoderasi Pengaruh Literasi Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi pajak mampu memoderasi secara signifikan pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Nilai t hitung sebesar $-8,180$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Sosialisasi memperkuat penerapan pengetahuan perpajakan ke dalam praktik, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong kepatuhan sukarela. Temuan ini mendukung penelitian Sinuhaji et al. (2024) dan Sulbahri & Kusuma (2022).

Peran Sosialisasi Pajak dalam Memoderasi Pengaruh Digitalisasi Perpajakan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi pajak tidak mampu memoderasi pengaruh pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Nilai t hitung sebesar $0,516$ dengan signifikansi $0,607 > 0,05$. Tingginya literasi digital Generasi Z membuat peran sosialisasi tambahan menjadi kurang signifikan, sementara kendala teknis sistem juga membatasi efektivitasnya. Temuan ini tidak sejalan dengan Sulbahri & Kusuma (2022).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1) diketahui bahwa variable Literasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. emuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi pajak yang dimiliki Generasi Z, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Hipotesis kedua (H2) diketahui bahwa variable Sanksi Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan sanksi pajak belum mampu mendorong kepatuhan pajak secara langsung pada Generasi Z. Hipotesis ketiga (H3) diketahui bahwa variable Pemanfaatan Sistem Digitalisasi Perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun Generasi Z terbiasa dengan teknologi digital, pemanfaatan sistem perpajakan digital belum secara langsung Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat (H4) diketahui bahwa variable Sosialisasi Pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Sosialisasi pajak yang efektif mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran Generasi Z terhadap kewajiban perpajakan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima (H5) diketahui bahwa sosialisasi pajak mampu memoderasi secara signifikan pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Dengan demikian, sosialisasi pajak berperan sebagai variabel moderasi yang signifikan dalam hubungan antara literasi pajak dan kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keenam (H6) iketahui bahwa sosialisasi pajak tidak mampu memoderasi pengaruh pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Penelitian ini diharapkan memberikan implikasi bagi pengembangan kajian akademik di bidang perpajakan, khususnya terkait perilaku kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Temuan mengenai pengaruh literasi pajak dan sosialisasi pajak serta peran sosialisasi sebagai variabel moderasi dapat memperkuat teori perilaku, seperti Theory of Planned Behavior dan teori atribusi, dalam menjelaskan kepatuhan pajak. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan objek dan pendekatan variabel yang berbeda. Bagi wajib pajak Generasi Z, penelitian ini memberikan pemahaman bahwa literasi pajak dan informasi perpajakan yang diperoleh melalui sosialisasi memiliki peran penting dalam meningkatkan kepatuhan pajak secara sukarela. Adapun keterbatasan penelitian ini meliputi kesulitan memperoleh responden secara langsung di Kantor Pelayanan Pajak, proses perizinan penelitian yang memerlukan waktu dan usaha lebih, pemilihan lokasi dan objek penelitian yang belum sepenuhnya didahului observasi mendalam, serta penggunaan skala penilaian empat poin pada instrumen kuesioner yang membatasi variasi jawaban responden. Oleh karena itu,

penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan observasi awal yang lebih mendalam, menggunakan skala Likert dengan rentang yang lebih luas, menambahkan variabel lain yang relevan, meningkatkan sosialisasi pajak yang adaptif terhadap karakteristik Generasi Z melalui media digital, serta mempertimbangkan penyederhanaan proses perizinan penelitian guna mendukung kegiatan akademik di bidang perpajakan.

Referensi

1. Afifudin, Atifa, N., & Anwar, S. A. (2023). Pengaruh Literasi Pajak, Sosialisasi Perpajakan, dan Pemanfaatan Financial Technology Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimana Digitalisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 12(02), 691–700.
2. Aini, A., Erna Chotidjah Suhatmi, & Ety Meikhati. (2025). Sosialisasi Pajak sebagai Moderasi Pengaruh Literasi Pajak dan Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 5(02), 84–98. <https://doi.org/10.47701/bismak.v5i01.5386>
3. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
4. Alfia, R. (2024). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Pemahaman wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Ketegasan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WPOP. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 11(09), 1121–1131.
5. Apsari, N. S. (2025). *Generation Z and tax compliance : Insights into knowledge , sanctions , and technology adoption with risk preferences as a moderating variable*. 9(8), 722–738. <https://doi.org/10.55214/2576-8484.v9i8.9410>
6. Dharmawan, I. (2024). *Manfaat Pajak untuk Program Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat*. Direktorat Jendral Pajak. https://www.pajak.go.id/id/artikel/manfaat-pajak-untuk-program-pembangunan-dan-kesejahteraan-masyarakat?utm_source=chatgpt.com
7. Faidani, A. B., Soegiarto, D., & Susanti, D. A. (2022). PENGARUH KESADARAN PAJAK, PEMAHAMAN PERATURAN PERPAJAKAN, SANKSI PERPAJAKAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN SOSIALISASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jramb*, 8, 82–95.
8. Hadinata, A., & Marpaung, E. I. (2025). *PENGARUH LITERASI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN MEDIASI KESADARAN PAJAK*. 5(1), 81–96.
9. Mardhatilla, D. P., Marundha, A., & Eprianto, I. (2023). Pengaruh Literasi Pajak ,Sistem Administrasi Pajak Dan Sanksi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Economina*, Vol.2 No.2, 1–12.
10. Mardlo, Z. A. (2023). *Apakah Kemudahan Pajak akan Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak?* Pajak.Go.Id. <https://www.pajak.go.id/index.php/id/artikel/apakah-kemudahan-pajak-akan-meningkatkan-kepatuhan-wajib-pajak>
11. Meilita, S., & Pohan, H. T. (2020). Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di KPP Kelapa Gading Jakarta. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2((02)), 1165–1178.
12. Nasiroh, D., & Afiqoh, N. W. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 3(2), 152–164. <https://doi.org/10.32815/ristansi.v3i2.1232>
13. Nasution, M. K., Santi, F., Husaini, Fadli, & Pirzada, K. (2020). Determinants of tax compliance: A study on individual taxpayers in Indonesia. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 1401–1418. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(82\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(82))
14. Pane, A. L. P., Rachman, N., & Triana. (2024). Tingkat Literasi Terkait Kewajiban Pembayaran Pajak Pada Masyarakat Kota Binjai Sumatera Utara. *Pajak Dan Manajemen Keuangan*, 1(3), 71–78. <https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v1i3.234>
15. Pernamasari, R., & Rahmawati, S. N. (2021). Analisis penerapan modernisasi sistem administrasi perpajakan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kembangan Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak Dan Informasi (JAKPI)*, 1(1), 77–97.
16. Sartika, E. D., Afifah, N., & Sari, S. N. (2023). Pengaruh Insentif Pajak Kendaraan Bermotor Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Selama Masa Pandemi Covid 19. *Akuntansi* 45, 4(2), 254–262. <https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v4i2.1842>
17. Sinuhaji, V. L., Purba, H., & Hutapea, J. Y. (2024). Pengaruh Digitalisasi Perpajakan Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 6974–6990. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9884>
18. Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
19. Sulbahri, R. A., & Kusuma, G. S. M. (2022). PENGARUH PENERAPAN E-FILLING DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DENGAN SOSIALISASI PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Kompetitif*, 11(2), 14–24.
20. Tambun, S., & Resti, R. R. (2022). Dampak Tax Planning dan Digitalisasi Layanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dimoderasi oleh Nasionalisme. *Owner*, 6(3), 3015–3026. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.909>
21. UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 28 TAHUN 2007 (2007).
22. Utami, R. T., Tjaraka, H., & Rahmiati, A. (2025). the Influence of Digitalization of the Tax System, Social Media, and Hedonism Culture on Tax Compliance. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(2), 3903–3916.
23. Yuliatric, N. N., & Fauzi, A. K. (2020). Literasi Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Dan Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 27(2). <https://doi.org/10.35606/jabm.v27i2.668>
