

Determinan Kepatuhan Wajib Pajak Pbb-P2 Orang Pribadi Di Kabupaten Kendal: Peran Pengetahuan Pajak, Digitalisasi Layanan Pajak, Media Massa, Norma Subjektif, Dan Kondisi Ekonomi

Determinants Of Individual PBB-P2 Taxpayer Compliance In Kendal Regency: The Role Of Tax Knowledge, Tax Service Digitalization, Mass Media, Subjective Norms, And Economic Conditions

Wirantomo Atmojo^a, Heri Yanto^b

Universitas Negeri Semarang^{a,b}

wirantomo@students.unnes.ac.id¹, heri.yanto@mail.unnes.ac.id²

Abstract

This study aims to examine the determinants of individual Rural and Urban Land and Building Tax (PBB-P2) compliance in Kendal Regency by investigating the structural relationships among tax knowledge, tax service digitalization, mass media, subjective norms, and economic conditions. A quantitative research approach was employed using a survey method involving 150 individual PBB-P2 taxpayers selected through purposive sampling. Data were collected using a structured questionnaire that met the required validity and reliability criteria and were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS. The findings reveal that tax knowledge and tax service digitalization have a positive and significant effect on taxpayer compliance. Economic conditions significantly influence mass media utilization, tax knowledge, and tax service digitalization, while subjective norms significantly affect only mass media. Furthermore, mass media positively contributes to tax knowledge and tax service digitalization, and tax knowledge also enhances the adoption of digital tax services. Of the eleven proposed hypotheses, nine are supported, whereas two hypotheses concerning the effects of subjective norms on tax knowledge and tax service digitalization are rejected. These findings indicate that taxpayer compliance is shaped not only by the direct effects of tax knowledge and digital tax services but also through indirect pathways involving economic conditions, mass media, and subjective norms. The study provides practical implications for local governments by emphasizing the importance of strengthening tax literacy, expanding tax education through mass media, and improving accessible, user-friendly digital tax services to enhance taxpayer compliance.

Keyword: *Taxpayer Compliance; Tax Knowledge; Tax Service Digitalization; Mass Media; Rural and Urban Land and Building Tax (PBB-P2); Structural Equation Modeling*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan kepatuhan wajib pajak Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) orang pribadi di Kabupaten Kendal melalui peran pengetahuan pajak, digitalisasi layanan pajak, media massa, norma subjektif, dan kondisi ekonomi dalam suatu model struktural. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 150 wajib pajak PBB-P2 orang pribadi yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas, kemudian dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pajak dan digitalisasi layanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Selain itu, kondisi ekonomi berpengaruh positif terhadap media massa, pengetahuan pajak, dan digitalisasi layanan pajak, sedangkan norma subjektif hanya berpengaruh signifikan terhadap media massa. Media massa terbukti meningkatkan pengetahuan pajak dan digitalisasi layanan pajak, sementara pengetahuan pajak juga berpengaruh positif terhadap digitalisasi layanan pajak. Dari sebelas hipotesis yang diuji, sembilan hipotesis diterima dan dua hipotesis ditolak, yaitu pengaruh norma subjektif terhadap pengetahuan pajak serta pengaruh norma subjektif terhadap digitalisasi layanan pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak PBB-P2 tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh pengetahuan pajak dan digitalisasi layanan pajak, tetapi juga dibentuk melalui mekanisme tidak langsung yang melibatkan kondisi ekonomi, media massa, dan norma subjektif. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kepatuhan wajib

pajak perlu didukung oleh penguatan literasi perpajakan, optimalisasi sosialisasi melalui media massa, serta pengembangan layanan perpajakan digital yang mudah diakses dan berorientasi pada kebutuhan wajib pajak..

Kata Kunci: Kepatuhan Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Digitalisasi Layanan Pajak, Media Massa, PBB-P2, Structural Equation Modeling.

1. Pendahuluan

Pajak Bumi dan Bangunan Sektor Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) merupakan salah satu jenis pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah daerah dari masyarakat. Kabupaten Kendal merupakan salah satu daerah yang terus berupaya mengoptimalkan penerimaan PBB-P2 melalui berbagai kebijakan dan inovasi pelayanan perpajakan. Akan tetapi, capaian realisasi penerimaan PBB-P2 selama lima tahun terakhir (2021-2025) menunjukkan kondisi yang berfluktuasi. Pada tahun 2021 realisasi penerimaan melampaui target dengan efektivitas sebesar 102,49%, kemudian menurun tajam pada 2022 menjadi 67,51% sehingga dikategorikan kurang efektif. Efektivitas kembali meningkat pada 2023 dan 2024, masing-masing sebesar 98,13% dan 95,92%, meski target belum sepenuhnya tercapai, sebelum akhirnya membaik pada 2025 dengan realisasi mencapai 103,79% dari target (Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kendal, 2026). Fluktuasi tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan pencapaian target penerimaan PBB-P2 tidak hanya dipengaruhi oleh aspek administrasi perpajakan, tetapi juga oleh faktor-faktor yang memengaruhi perilaku kepatuhan wajib pajak, sehingga diperlukan kajian yang lebih komprehensif mengenai mekanisme terbentuknya kepatuhan tersebut.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi kepatuhan Wajib Pajak PBB-P2 adalah pengetahuan pajak, yaitu sejauh mana wajib pajak memahami fungsi pajak, peraturan perpajakan, dasar pengenaan, prosedur pembayaran, serta sanksi perpajakan. Wajib pajak dengan pengetahuan pajak yang memadai cenderung memiliki kesadaran dan sikap positif terhadap kewajiban perpajakan sehingga lebih patuh dibandingkan wajib pajak dengan pengetahuan yang rendah (Ikhwanudin et al., 2026). Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), perilaku kepatuhan dipengaruhi oleh niat individu yang dibentuk melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Sementara itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa penerimaan terhadap teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan, sehingga pemanfaatan layanan digital berpotensi meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Davis, 1989). Adapun *Social Influence Theory* (Kelman, 1958) menjelaskan bahwa lingkungan sosial dan paparan informasi memengaruhi sikap maupun perilaku individu melalui proses *compliance*, *identification*, dan *internalization*. Ketiga teori tersebut menegaskan bahwa kepatuhan wajib pajak merupakan hasil interaksi berbagai faktor, bukan semata-mata dipengaruhi satu variabel tertentu.

Selain pengetahuan pajak, digitalisasi layanan turut menjadi faktor krusial yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak dan menarik perhatian dalam berbagai penelitian. Perkembangan teknologi informasi mendorong pemerintah daerah mentransformasikan administrasi perpajakan melalui layanan pembayaran PBB-P2 secara digital, seperti perbankan elektronik dan sistem non-tunai, yang dinilai mampu meningkatkan efisiensi administrasi, mengurangi biaya kepatuhan, serta memberikan kemudahan akses dan transparansi. Secara empiris, Aini et al. (2025); Mentu (2025); Rohmiatun et al. (2025); Zahro & Machdar (2025) membuktikan bahwa digitalisasi layanan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, sementara Fratila

et al. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan platform pembayaran elektronik berkorelasi positif dengan meningkatnya penerimaan pajak daerah akibat terpengkasnya hambatan jarak dan waktu bagi wajib pajak.

Peran media massa juga menjadi faktor penting yang turut menentukan tingkat kepatuhan wajib pajak, tidak hanya sebagai saluran komunikasi dan sosialisasi kebijakan PBB-P2, tetapi juga sebagai instrumen edukasi publik yang membentuk pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap sistem perpajakan. Fišar et al. (2022) menyoroti bagaimana narasi media mampu mengarahkan cara pandang publik terhadap kredibilitas pemerintah, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan untuk patuh atau tidak, sejalan dengan temuan Habiburrahman et al. (2025); Mubarak (2021); Zahro & Machdar (2025) bahwa paparan informasi perpajakan yang edukatif melalui media mendorong lahirnya tindakan patuh dalam membayar pajak.

Di samping faktor informasi dan teknologi, kepatuhan wajib pajak juga ditentukan oleh dimensi sosial dan kondisi ekonomi. Norma subjektif atau tekanan psikologis dari lingkungan terdekat seperti keluarga, tetangga, hingga aparat pemerintah memiliki peran sentral dalam membentuk niat dan perilaku patuh (Ajzen, 1991), sebagaimana diperkuat oleh Alimbudiono & Jie (2024); Dahniyar et al. (2024); ENDAH (2024); Jordan & Mulyadi (2025). Namun demikian, dorongan sosial tersebut perlu didukung oleh realitas finansial yang memadai, karena wajib pajak dengan kondisi ekonomi stabil dan kemampuan membayar yang baik akan lebih siap memenuhi kewajibannya secara tepat waktu (Thu, 2024), sebagaimana ditegaskan pula oleh Fatulloh et al. (2026); Indarwati & Sulistyawati (2024); Juwita et al. (2023); KAHAR et al. (2022); Mapparenta (2023); Nisak & Ardhani (2023).

Berdasarkan fenomena, kesenjangan empiris, konseptual, dan metodologis yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan struktural antara kondisi ekonomi, norma subjektif, media massa, pengetahuan pajak, dan digitalisasi layanan pajak dalam membentuk kepatuhan wajib pajak PBB-P2 orang pribadi di Kabupaten Kendal, serta menganalisis pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel dalam model tersebut. Untuk itu, penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang memungkinkan pengujian hubungan langsung dan tidak langsung secara simultan dalam satu model, sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai mekanisme terbentuknya kepatuhan wajib pajak PBB-P2 orang pribadi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian simultan kelima variabel pengetahuan pajak, digitalisasi layanan, media massa, norma subjektif, dan kondisi ekonomi terhadap kepatuhan wajib pajak PBB-P2 di Kabupaten Kendal, sebuah wilayah dengan karakteristik pertumbuhan kawasan permukiman dan ekonomi yang pesat namun masih menghadapi tantangan dalam optimalisasi kepatuhan pajak daerah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis melalui pengembangan model struktural yang mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989), dan *Social Influence Theory* (Kelman, 1958), sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi pemerintah daerah, khususnya Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kabupaten Kendal, dalam merumuskan kebijakan dan strategi peningkatan kepatuhan wajib pajak PBB-P2 yang lebih adaptif, transparan, dan berkelanjutan.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena bertujuan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen secara objektif dan terukur melalui data numerik. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk melakukan pengujian hipotesis secara statistik sehingga dapat diketahui hubungan kausal antar variabel yang diteliti.

Subjek dalam penelitian ini adalah wajib pajak PBB-P2 orang pribadi di Kabupaten Kendal. Subjek penelitian dipilih karena wajib pajak orang pribadi memiliki peran langsung dalam pemenuhan kewajiban PBB-P2, sehingga relevan dengan tujuan penelitian yang berfokus pada kepatuhan wajib pajak. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak PBB-P2 orang pribadi yang terdaftar di Kabupaten Kendal. Populasi tersebut mencakup wajib pajak yang memiliki objek pajak berupa tanah dan/atau bangunan yang dikenakan PBB-P2. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sesudah dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden, dengan pertimbangan telah memenuhi kecukupan jumlah sampel untuk analisis statistik serta mampu merepresentasikan karakteristik wajib pajak PBB-P2 orang pribadi di Kabupaten Kendal.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada wajib pajak PBB-P2 orang pribadi di Kabupaten Kendal. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh melalui kuesioner benar-benar akurat, konsisten, dan layak digunakan dalam analisis penelitian. Keabsahan data diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian. Instrumen penelitian yang telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas selanjutnya digunakan dalam proses analisis data. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik untuk menguji Validitas, pemenuhan asumsi, serta pengujian hipotesis.

3. Hasil Dan Pembahasan

Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini melibatkan 150 responden wajib pajak orang pribadi PBB-P2 di Kabupaten Kendal. Tabel 1 menyajikan ringkasan statistik deskriptif untuk seluruh variabel penelitian.

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan Pajak (X1)	150	12	25	20,27	2,726
Digitalisasi (X2)	150	5	25	19,62	4,104
Media Massa (X3)	150	8	25	19,29	3,447
Norma Subjektif (X4)	150	9	25	19,32	3,140
Kondisi Ekonomi (X5)	150	6	25	19,29	3,980
Kepatuhan WPOP (Y)	150	6	24	15,95	3,521

Valid N.	150
----------	-----

Sumber: Data primer diolah, SPSS (2026)

Nilai rata-rata tertinggi diperoleh oleh variabel pengetahuan pajak (mean = 20,27), sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada variabel kepatuhan wajib pajak orang pribadi (mean = 15,95). Sebaran nilai standar deviasi antarvariabel relatif moderat, mengindikasikan variasi jawaban responden yang tidak terlalu ekstrem pada setiap konstruk yang diukur.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum dilakukan pengujian model struktural menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan IBM SPSS Statistics. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada setiap indikator (dinyatakan valid apabila nilainya lebih besar dari 0,30), sedangkan uji reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* (dinyatakan reliabel apabila nilainya lebih besar dari 0,70). Ringkasan hasil pengujian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Ringkasan Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	N	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Hasil
Pengetahuan Pajak (X1)	5	0,379 - 0,591	0,712	Valid dan Reliabel
Digitalisasi Layanan Pajak (X2)	5	0,652 - 0,729	0,871	Valid dan Reliabel
Media Massa (X3)	5	0,545 - 0,673	0,815	Valid dan Reliabel
Norma Subjektif (X4)	5	0,405 - 0,521	0,702	Valid dan Reliabel
Kondisi Ekonomi (X5)	5	0,637 - 0,905	0,882	Valid dan Reliabel
Kepatuhan WPOP (Y)	5	0,463 - 0,530	0,731	Valid dan Reliabel

Sumber: Data primer diolah, SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 2, seluruh indikator pada keenam variabel penelitian memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* di atas 0,30 dan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan pada tahap analisis SEM selanjutnya.

Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah sebaran data berdistribusi normal, baik secara univariat maupun multivariat, dengan parameter nilai *Critical Ratio* (c.r.) dari skewness dan kurtosis. Data diasumsikan berdistribusi normal apabila nilai c.r. berada pada rentang -2,58 hingga 2,58.

Tabel 3. Assesment of Normality

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Kondisi Ekonomi	6,000	25,000	-1,107	-5,535	,989	2,472
Norma Subjektif	9,000	25,000	-,843	-4,216	,296	,740

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Media Massa	8,000	25,000	-1,092	-5,460	,983	2,459
Penegtahuan Pajak	12,000	25,000	-,779	-3,893	,762	1,906
Digitalisasi Layanan	5,000	25,000	-1,196	-5,981	1,327	3,318
Kepatuhan WPOP	6,000	24,000	,004	,018	-,213	-,532
Multivariate					14,548	9,093

Sumber: Data primer diolah, AMOS (2026)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa beberapa variabel memiliki c.r. skewness di luar rentang toleransi, misalnya kondisi ekonomi (-5,535) dan digitalisasi layanan pajak (-5,981). Nilai c.r. multivariat sebesar 9,093 juga jauh melebihi ambang batas 2,58, sehingga data penelitian dinyatakan tidak berdistribusi normal secara multivariat.

Koreksi Bollen Stine Bootstrap

Karena data tidak memenuhi asumsi normalitas multivariat, pengujian kelayakan model dikoreksi menggunakan teknik *Bollen-Stine Bootstrap* agar hasil estimasi tetap sah dan tidak bias.

Tabel 4. Uji Bollen Stine Bootstrap

Keterangan	Hasil
Model fit better	1.669 sampel bootstrap
Model fit equality well	0 sampel bootstrap
Model fit worse or failed to fit	331 sampel bootstrap
Nilai Bollen Stine Bootstrap (p value)	0,166

Sumber: Data primer diolah, AMOS (2026)

Nilai probabilitas Bollen-Stine Bootstrap sebesar 0,166 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga hipotesis nol yang menyatakan model telah sesuai dengan data tidak dapat ditolak. Dengan demikian, meskipun data belum memenuhi asumsi normalitas multivariat, model penelitian tetap dinyatakan layak digunakan dalam analisis SEM, dan pengujian dapat dilanjutkan ke tahap uji kelayakan model dan uji hipotesis.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh antarvariabel dalam model penelitian menggunakan metode Structural Equation Modeling melalui program AMOS. Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan output Regression Weights untuk mengetahui signifikansi hubungan antarvariabel dan output Standardized Regression Weights untuk mengetahui besarnya pengaruh masing masing variabel.

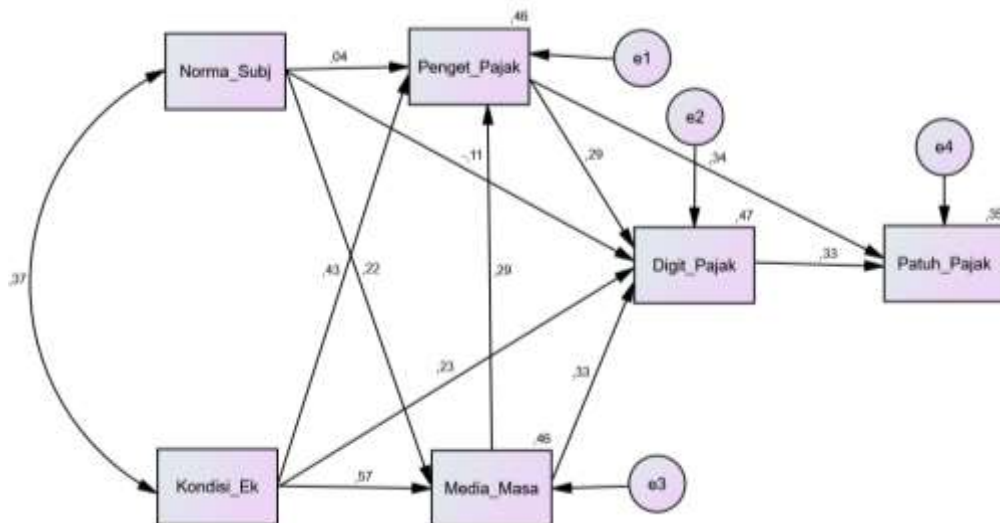
Tabel 5. Uji Hipotesis

H	Variabel	Est	P	Keterangan
H1	Media Massa ← Kondisi Ekonomi	,567	,001	Diterima
H2	Media Massa ← Norma Subjektif	,216	,001	Diterima
H3	Pengetahuan Pajak ← Norma Subjektif	,043	,525	Ditolak
H4	Pengetahuan Pajak ← Media Massa	,293	,001	Diterima

H	Variabel			Est	P	Keterangan
H5	Pengetahuan Pajak	←	Kondisi Ekonomi	,433	,001	Diterima
H6	Digitalisasi	←	Norma Subjektif	-,115	,085	Ditolak
H7	Digitalisasi	←	Kondisi Ekonomi	,225	,009	Diterima
H8	Digitalisasi	←	Media Massa	,327	,001	Diterima
H9	Digitalisasi	←	Pengetahuan Pajak	,285	,001	Diterima
H10	Kepatuhan WPOP	←	Pengetahuan Pajak	,343	,001	Diterima
H11	Kepatuhan WPOP	←	Digitalisasi	,326	,001	Diterima

Sumber: Data primer diolah, AMOS (2026)

Gambar 1 menyajikan model struktural penelitian beserta nilai koefisien jalur hasil pengujian SEM. Diagram tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki hubungan langsung dengan variabel lain sesuai model penelitian yang telah dirumuskan. Selain itu, ditampilkan pula nilai koefisien determinasi (R^2) pada variabel endogen yang menunjukkan besarnya variasi variabel yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel prediktor dalam model. Hasil pengujian terhadap masing-masing hubungan antarvariabel telah dipaparkan pada subbab hasil penelitian, sedangkan interpretasi dan pembahasan lebih lanjut mengenai hubungan tersebut disajikan pada subbab berikutnya.



Gambar 1. Diagram Jalur

Gambar 1 menyajikan model struktural akhir beserta koefisien jalur hasil pengujian SEM. Model tersebut menggambarkan bagaimana kondisi ekonomi dan norma subjektif, sebagai variabel eksogen, memengaruhi media massa, pengetahuan pajak, dan digitalisasi layanan pajak, yang pada akhirnya berdampak pada kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kondisi ekonomi berpengaruh terhadap media massa, pengetahuan pajak, dan digitalisasi layanan pajak. Norma subjektif hanya terbukti berpengaruh terhadap media massa, sementara pengaruhnya terhadap pengetahuan pajak dan digitalisasi layanan pajak tidak signifikan. Selanjutnya, media massa terbukti berpengaruh terhadap pengetahuan pajak dan digitalisasi layanan pajak; pengetahuan pajak berperan meningkatkan digitalisasi layanan pajak sekaligus kepatuhan wajib pajak; sedangkan digitalisasi layanan pajak juga berpengaruh langsung terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan ini mengindikasikan bahwa

kepatuhan wajib pajak tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh pengetahuan pajak dan digitalisasi layanan pajak, tetapi juga dipengaruhi secara tidak langsung oleh kondisi ekonomi, norma subjektif, dan media massa melalui mekanisme mediasi dalam model penelitian.

Secara keseluruhan, dari sebelas hipotesis yang diajukan, sembilan hipotesis diterima dan dua hipotesis ditolak, yaitu pengaruh norma subjektif terhadap pengetahuan pajak (H3) dan pengaruh norma subjektif terhadap digitalisasi layanan pajak (H6). Hasil ini menunjukkan bahwa model struktural yang dibangun mampu menggambarkan hubungan antarvariabel penelitian sesuai dengan data empiris yang diperoleh.

Pembahasan

Pengaruh Kondisi Ekonomi terhadap Media Massa

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kondisi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap media massa. Semakin baik kondisi ekonomi wajib pajak, semakin tinggi pula pemanfaatan media massa sebagai sarana memperoleh informasi perpajakan, karena kondisi ekonomi yang memadai memungkinkan akses yang lebih luas terhadap media elektronik maupun digital. Temuan ini sejalan dengan *Social Influence Theory*, yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh interaksi sosial serta informasi dari lingkungan sekitarnya. Media massa berperan sebagai saluran penyampai informasi dan pengaruh sosial, namun agar pengaruh tersebut diterima secara optimal, individu terlebih dahulu memerlukan kemampuan untuk mengakses media. Kondisi ekonomi yang lebih baik memberi peluang yang lebih besar bagi wajib pajak untuk memanfaatkan media massa sebagai sumber informasi perpajakan. Hasil ini didukung oleh Ucar et al. (2021), yang menunjukkan bahwa individu berpendapatan dan berpendidikan tinggi lebih aktif memanfaatkan layanan berbasis informasi dan media berita, serta diperkuat oleh He & Tsvetkova (2023) yang menemukan bahwa kondisi ekonomi mendorong pilihan sadar (*conscious choice*) untuk mengikuti media massa nasional yang kredibel. Dengan demikian, kondisi ekonomi yang lebih baik terbukti meningkatkan pemanfaatan media massa oleh wajib pajak PBB-P2 orang pribadi di Kabupaten Kendal.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Media Massa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap media massa. Semakin kuat pengaruh lingkungan sosial keluarga, teman, rekan kerja, maupun masyarakat sekitar semakin tinggi pula kecenderungan wajib pajak memanfaatkan media massa sebagai sumber informasi perpajakan. Temuan ini dijelaskan melalui *Social Influence Theory*, di mana norma subjektif mencerminkan pengaruh sosial yang diterima wajib pajak dari pihak-pihak yang dianggap penting, sehingga membentuk kecenderungan mereka untuk mencari dan memanfaatkan media massa sebagai sarana memperoleh informasi perpajakan. Hasil ini sejalan dengan Wijayanti et al. (2021) yang menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat individu mencari informasi melalui media sosial, serta Al Kurdi et al. (2021) yang menemukan bahwa pengaruh sosial mendorong pemanfaatan media massa sebagai sumber informasi perpajakan. Semakin kuat norma subjektif yang diterima wajib pajak, semakin besar kecenderungan mereka mengakses media massa guna memperoleh informasi perpajakan yang akurat.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Pengetahuan Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan pajak. Pengaruh lingkungan sosial belum tentu meningkatkan pengetahuan perpajakan, karena pengetahuan tersebut lebih ditentukan oleh proses belajar, pengalaman, sosialisasi perpajakan, serta kemauan individu untuk mencari dan memahami informasi. Temuan ini didukung oleh Khuram et al. (2021), yang menunjukkan bahwa norma subjektif tidak secara langsung meningkatkan pengetahuan, melainkan melalui niat individu untuk mencari pengetahuan (*knowledge-seeking intention*). Dorongan dari lingkungan sosial saja belum cukup untuk meningkatkan pengetahuan apabila tidak diikuti kemauan individu untuk mencari dan mempelajari informasi.

Pengaruh Media Massa terhadap Pengetahuan Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan pajak. Semakin tinggi pemanfaatan media massa oleh wajib pajak, semakin tinggi pula tingkat pengetahuan perpajakan yang dimiliki, karena media massa memudahkan wajib pajak memperoleh informasi mengenai hak dan kewajiban, tata cara pembayaran, serta perubahan kebijakan perpajakan. Hasil ini dijelaskan melalui *Social Influence Theory*, yang menyatakan bahwa informasi yang diterima melalui lingkungan sosial dan saluran komunikasi dapat membentuk pengetahuan individu. Media massa berperan sebagai sarana penyebaran informasi perpajakan yang menjangkau masyarakat secara luas dan berkelanjutan. Temuan ini didukung oleh Khan et al. (2021), yang menyatakan bahwa media sosial berperan sebagai sarana memperoleh dan menyebarkan pengetahuan secara mudah, serta Takano et al. (2021) yang menunjukkan bahwa konsumsi media massa berpengaruh positif terhadap *hard news* dan *background knowledge* masyarakat.

Pengaruh Kondisi Ekonomi terhadap Pengetahuan Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengetahuan pajak. Semakin baik kondisi ekonomi wajib pajak, semakin tinggi pula tingkat pengetahuan perpajakannya, karena kondisi ekonomi yang lebih baik memberikan akses yang lebih luas terhadap sumber informasi, pendidikan, teknologi, dan media digital terkait perpajakan. Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh keyakinan yang terbentuk melalui informasi, pengalaman, dan faktor-faktor latar belakang (*background factors*). Wajib pajak dengan kondisi ekonomi lebih baik cenderung memiliki akses lebih besar terhadap sarana pendidikan, teknologi, dan media informasi. Hasil ini didukung oleh Eriksson et al. (2021) yang menemukan bahwa kondisi ekonomi berpengaruh positif terhadap tingkat pengetahuan individu melalui kemudahan akses sumber belajar, serta diperkuat oleh Li & Guo (2021) yang menunjukkan bahwa individu dengan kondisi ekonomi lebih baik memiliki kemampuan lebih tinggi dalam mengakses, memahami, dan memanfaatkan informasi.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Digitalisasi Layanan Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap digitalisasi layanan pajak. Dorongan dari lingkungan sosial belum mampu memengaruhi keputusan wajib pajak dalam memanfaatkan layanan perpajakan berbasis digital; penggunaan layanan digital lebih didasarkan pada pertimbangan

pribadi dibandingkan pengaruh lingkungan sekitar. Temuan ini dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa penerimaan teknologi lebih dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan, bukan oleh dorongan sosial. Hasil ini sejalan dengan Elisabect & Lingga (2022) yang menemukan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat wajib pajak menggunakan *e-filing*, serta Ursavaş et al. (2025) yang menyatakan bahwa keputusan individu mengadopsi teknologi yang bersifat sukarela lebih didasarkan pada persepsi manfaat daripada tekanan lingkungan sosial.

Pengaruh Kondisi Ekonomi terhadap Digitalisasi Layanan Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi layanan pajak. Wajib pajak dengan kondisi ekonomi lebih baik cenderung lebih mudah memanfaatkan layanan perpajakan digital karena memiliki akses yang lebih memadai terhadap perangkat teknologi dan jaringan internet. Hasil ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana kondisi ekonomi merupakan faktor eksternal yang memungkinkan wajib pajak mengakses dan memanfaatkan layanan digital secara lebih optimal. Temuan ini didukung oleh Kaba & Meso (2022) yang menemukan bahwa status sosial ekonomi berpengaruh terhadap pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan, serta Bano et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap adopsi perangkat digital.

Pengaruh Media Massa terhadap Digitalisasi Layanan Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi layanan pajak. Semakin baik penyampaian informasi perpajakan melalui media massa, semakin tinggi pemanfaatan layanan perpajakan digital oleh wajib pajak, karena informasi tersebut meningkatkan pemahaman mengenai manfaat, kemudahan, dan tata cara penggunaan layanan digital. Hasil ini dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana media massa berperan sebagai sarana penyebaran informasi yang membantu wajib pajak mengenal dan memahami layanan perpajakan digital. Temuan ini didukung oleh Cyan et al. (2017) yang menunjukkan bahwa kampanye melalui media massa meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perpajakan, serta Koumpias & Martínez-Vázquez (2019) yang menemukan bahwa penyampaian informasi melalui media massa berpengaruh positif terhadap perilaku pelaporan pajak.

Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Digitalisasi Layanan Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi layanan pajak. Semakin tinggi pengetahuan perpajakan wajib pajak, semakin tinggi pula pemanfaatan layanan perpajakan digital, karena pemahaman mengenai hak, kewajiban, prosedur administrasi, dan cara penggunaan layanan digital mendorong pemanfaatannya. Hasil ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana wajib pajak dengan pengetahuan perpajakan yang baik cenderung lebih mudah memahami fungsi dan manfaat layanan digital sehingga lebih terdorong untuk memanfaatkannya. Temuan ini didukung oleh Wicaksono et al. (2021) yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas sistem *e-filing* juga bergantung pada panduan penggunaan dan kualitas informasi, serta Jang et al. (2021) yang

menemukan bahwa literasi informasi berpengaruh positif terhadap niat menggunakan teknologi digital.

Pengaruh Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak PBB-P2 orang pribadi di Kabupaten Kendal. Semakin tinggi pengetahuan perpajakan wajib pajak, semakin tinggi pula kepatuhannya, karena pemahaman mengenai hak, kewajiban, tata cara perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak membantu wajib pajak melaksanakan kewajibannya secara benar dan tepat waktu. Hasil ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), di mana pengetahuan perpajakan membentuk keyakinan wajib pajak mengenai pentingnya membayar pajak (*behavioral beliefs*), yang mendorong sikap positif dan meningkatkan kepatuhan. Temuan ini didukung oleh Zahra & Anggraini (2025) yang menunjukkan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dalam sistem *self-assessment*, serta Imelda & Santioso (2023) yang menyimpulkan bahwa *tax knowledge* berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Pengaruh Digitalisasi Layanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi layanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak PBB-P2 orang pribadi di Kabupaten Kendal. Semakin baik pemanfaatan layanan perpajakan digital, semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak, karena digitalisasi memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi, melakukan administrasi, dan mengakses layanan secara cepat, efisien, dan fleksibel. Hasil ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana individu cenderung menerima dan menggunakan teknologi yang dirasakan bermanfaat (*perceived usefulness*) dan mudah digunakan (*perceived ease of use*). Temuan ini didukung oleh Widyari et al. (2021) yang menunjukkan bahwa penggunaan sistem *e-Filing* dan kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak, serta Rusyda et al. (2025) yang menemukan bahwa digital *e-Filing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa digitalisasi layanan pajak merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak PBB-P2 orang pribadi di Kabupaten Kendal.

4. Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi secara langsung oleh pengetahuan pajak dan digitalisasi layanan pajak, sementara kondisi ekonomi dan media massa berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan perpajakan sekaligus mendorong pemanfaatan layanan perpajakan digital. Norma subjektif hanya terbukti berpengaruh terhadap pemanfaatan media massa, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan pajak maupun digitalisasi layanan pajak. Temuan ini mengonfirmasi bahwa kepatuhan wajib pajak PBB-P2 terbentuk melalui mekanisme langsung maupun tidak langsung, di mana kondisi ekonomi dan norma subjektif memengaruhi media massa; media massa dan kondisi ekonomi memengaruhi pengetahuan pajak; sedangkan pengetahuan pajak, media massa, dan kondisi ekonomi bersama-sama memengaruhi digitalisasi layanan pajak,

yang pada akhirnya membentuk kepatuhan wajib pajak baik melalui jalur langsung (pengetahuan pajak dan digitalisasi layanan pajak) maupun jalur mediasi.

Hasil ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kepatuhan wajib pajak PBB-P2 tidak cukup hanya mengandalkan pengembangan layanan perpajakan berbasis digital, tetapi juga perlu didukung oleh penguatan pengetahuan perpajakan melalui penyebaran informasi yang efektif melalui media massa serta kemudahan akses terhadap layanan digital. Bagi Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kendal, temuan ini menjadi dasar untuk terus meningkatkan kualitas layanan perpajakan digital agar lebih mudah diakses dan responsif, serta memperluas sosialisasi dan edukasi perpajakan melalui media cetak, elektronik, maupun digital agar menjangkau seluruh lapisan wajib pajak secara lebih efektif.

5. Daftar Pustaka

- Aini, A. N., Suhatmi, E. C., & Meikhati, E. (2025). Pengaruh Kepercayaan pada Pemerintah, Literasi Pajak, dan Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 26(1).
- 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)
- Al Kurdi, B., Alshurideh, M., Nuseir, M., Aburayya, A., & Salloum, S. A. (2021). The effects of subjective norm on the intention to use social media networks: An exploratory study using PLS-SEM and machine learning approach. *International Conference on Advanced Machine Learning Technologies and Applications*, 581–592. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-69717-4_55
- Alimbudiono, R. S., & Jie, M. (2024). The Effect of Taxpayers' Attitudes, Subjective Norms and Perceived Behavioral Control on Individual Tax Compliance Moderated by Religiosity in Surabaya. *UTSAHA (Journal of Entrepreneurship)*, 3(1), 40–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.56943/joe.v3i1.472>
- Cyan, M. R., Koumpias, A. M., & Martinez-Vazquez, J. (2017). The effects of mass media campaigns on individual attitudes towards tax compliance; quasi-experimental evidence from survey data in Pakistan. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 70, 10–22.
- Dahniyar, D., KUSUMAWATI, A., & RASYID, S. (2024). Distribution of Taxpayer Compliance with Culture Dimension as an Intervening Variable in Makassar. *Journal of Distribution Science*, 22(8), 29–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.15722/jds.22.08.202408.29>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Elisabect, E., & Lingga, I. S. (2022). Analisis Minat Penggunaan E-filing Menggunakan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 20(1), 124–136.
- ENDAH, W. B. (2024). Norma sosial dan kepatuhan pajak. *JBMA. JURNAL BISNIS, MANAJEMEN, DAN AKUNTANSI* Учёным: STIB Kumala Nusa Yogyakarta, 11(2), 14–25.
- Fatulloh, M., Aritonang, A., Anjani, A., Adibah, A. Z., & Varensia, F. (2026). Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Pembayaran PBB di Tengah Dinamika Sosial-Ekonomi di Jakarta Saat Ini. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 1320–1327. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3622>

- Fišar, M., Reggiani, T., Sabatini, F., & Špalek, J. (2022). Media negativity bias and tax compliance: experimental evidence. *International Tax and Public Finance*, 29(5), 1160–1212. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10797-021-09706-w>
- Fratila, A., Păunescu, M., Nichita, E.-M., & Lazăr, P. (2023). Digitalization of Romanian public administration: a panel data analysis at regional level. *Journal of Business Economics and Management (JBEM)*, 24(1), 74–92. <https://doi.org/https://doi.org/10.3846/jbem.2023.18574>
- Habiburahman, F., Darwati, D., Yulianti, Y., & Sopandi, E. (2025). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Pembayaran PBB-P2 di Bandung. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 5(3), 314–324.
- Ikhwanudin, Hermana, B., & Indrayani, E. (2026). Tax Compliance Analysis: The Effect of Knowledge, Administration, and Law as Mediated by Awareness. *Indian Journal of Information Sources and Services*, 16(1), 483–494. <https://doi.org/https://doi.org/10.51983/ijiss-2026.16.1.50>
- Imelda, G., & Santioso, L. (2023). Pengaruh Tax Knowledge, Tax Awareness Terhadap Tax Compliance Wajib Pajak (Op). *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 5(1), 417–422.
- Indarwati, P. S., & Sulistyawati, A. I. (2024). Kajian Empiris Faktor-Faktot Penentu Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Inovasi Pajak Indonesia*, 1(1), 37–46.
- Jordan, M. N., & Mulyadi, A. (2025). Tax Education and Social Norms Shape Taxpayer Compliance in Indonesia: Pendidikan Pajak dan Norma Sosial Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak di Indonesia. *Indonesian Journal of Islamic Studies*, 13(3), 10–21070. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/ijis.v13i3.1823>
- Juwita, M. I., Sutrisno, C. R., & Mahmudah, D. A. (2023). Pengaruh E-Samsat, Penghasilan, Dan Sanksi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 21(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.54911/litbang.v21i2.252>
- Kaba, B., & Meso, P. (2022). Socioeconomic status and digital inequality: lessons from Cote D'Ivoire. *Information Technology for Development*, 28(2), 397–419.
- KAHAR, N. A., SONDAKH, J. J., & PINATIK, S. (2022). The Influence Of Tax Understanding, Tax Socialization, And Financial Conditions On Msme Taxpayer Compliance In Manado City. *Journal Of Governance, Taxation And Auditing*, 1(2), 156–164.
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification, and internalization three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002200275800200106>
- Khan, M. N., Ashraf, M. A., Seinen, D., Khan, K. U., & Laar, R. A. (2021). Social media for knowledge acquisition and dissemination: The impact of the COVID-19 pandemic on collaborative learning driven social media adoption. *Frontiers in Psychology*, 12, 648253. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.648253>
- Koumpias, A. M., & Martínez-Vázquez, J. (2019). The impact of media campaigns on tax filing: quasi-experimental evidence from Pakistan. *Journal of Asian Economics*, 63, 33–43.
- Mapparenta, M. N. (2023). Pengaruh kondisi keuangan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Makassar Utara. *POMA Jurnal: Publish of Management*, 1(1), 110–119.

- Mentu, F. F. (2025). TEKNOLOGI INFORMASI MEMODERASI PENGETAHUAN PERPAJAKAN DAN TINGKAT KEPERCAYAAN PADA PEMERINTAH TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PBB-P2. *Jurnal Kontemporer Akuntansi*, 5(2), 429–441.
- Mubarok, A. S. (2021). *Pengaruh Media Massa Dan Keadilan Prosedural Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Sukarela Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di Kpp Pratama Purwakarta)*.
- Nisak, I. A., & Ardhani, L. (2023). Pengaruh Kondisi Keuangan Pasca New Normal Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimoderasi Kesadaran Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1–13.
- Rohmiatun, E. T., Rosyida, R. A., & Khoiroh, F. (2025). Peningkatan Kepatuhan Pajak Melalui Digitalisasi: Efektivitas E-Filing Dan E-Billing Di Kpp Pratama Sidoarjo Selatan. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 6(1), 92–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.32815/ristansi.v6i1.2615>
- Rusyda, N., Putri, T. A., & Mira, M. (2025). Pengaruh Digital e-Filing Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 382–395. <https://doi.org/https://doi.org/10.57178/atestasi.v8i2.1593>
- Thu, H. D. T. (2024). Income tax compliance behavior of businesses: The case of Vietnam. *Decision Science Letters*, 13(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.5267/dsl.2023.11.002>
- Ucar, I., Gramaglia, M., Fiore, M., Smoreda, Z., & Moro, E. (2021). News or social media? Socio-economic divide of mobile service consumption. *Journal of The Royal Society Interface*, 18(185), 20210350. <https://doi.org/https://doi.org/10.1098/rsif.2021.0350>
- Wicaksono, P. T., Tjen, C., & Indriani, V. (2021). Improving the tax e-filing system in Indonesia: An exploration of individual taxpayers' opinions. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 136–151. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/jaai.vol25.i>
- Widyari, N. Y. A., Ariyanto, D., Suprasto, H. B., & Suputra, I. (2021). Understanding the impact of e-filing system performance on tax compliance using the DeLone and McLean model. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 8(2), 161–180. <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jdab.v8i2.21746>
- Zahra, M. A., & Anggraini, D. T. (2025). Understanding the relationship between tax knowledge and compliance under the self-assessment system. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 8(2), 218–234. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jaa.v8i2.39384>
- Zahro, A. F., & Machdar, N. M. (2025). Determinan Kepatuhan Wajib Pajak: Digitalisasi, Kesadaran, dan Pengetahuan Perpajakan. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 41–51.