

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

Berikut disajikan deskripsi obyek penelitian, yakni deskripsi variabel yang mencakup variabel bebas, yaitu kemajuan teknologi (X1), sanksi pajak (X2), iklan layanan masyarakat (X3), dan variabel terikat berupa kepatuhan pajak (Y). Studi ini dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Purbalingga dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel pada studi ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Seluruh variabel dideskripsikan dengan skor minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi.

Tabel 4. 1 Deskripsi Obyek Penelitian

Variabel	Skor Minimal	Skor Maksimum	Skor Rata-Rata	Skor Std. Deviation
Kemajuan Teknologi	15.00	25.00	20.9100	2.42918
Sanksi Pajak	21.00	35.00	27.7400	3.16426
Iklan Layanan Masyarakat	16.00	25.00	20.5200	1.83883
Kepatuhan Pajak	19.00	35.00	25.8200	2.70570

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.1, digambarkan distribusi data yang didapat oleh penulis, yaitu:

1. Variabel Kemajuan Teknologi (X1) dapat dijelaskan bahwa skor minimum dan maksimum sebesar 15 dan 25. Standar deviasi senilai 2,42918 yang menjauhi 0, berarti variabel telah terdistribusi secara merata. Nilai rata-rata pada data tersebut

melebihi standar deviasi sebesar 20,9100 menunjukkan bahwa secara keseluruhan, responden cenderung memberikan penilaian positif terhadap kemajuan teknologi.

2. Variabel Sanksi Pajak (X2) dapat dijelaskan bahwa skor minimum dan maksimum sebesar 21 dan 35 menunjukkan bahwa terdapat. Skor rerata pada data tersebut sebesar 27,7400 serta memiliki standar deviasi terbesar 3,16426. Hal tersebut menjelaskan bahwa terdapat variasi yang lebih besar dalam pandangan responden mengenai sanksi pajak.

3. Variabel Iklan Layanan Masyarakat (X3) dapat dijelaskan bahwa skor minimum dan maksimum sebesar 16 dan 25. Skor rerata pada data tersebut yakni 20,5200 dan memiliki standar deviasi terkecil 1,83883. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Iklan Layanan Masyarakat (X3) terdistribusi paling merata dibandingkan dengan variabel lainnya.

4. Variabel Kepatuhan Pajak (Y) dapat dijelaskan bahwa skor minimum dan maksimum sebesar 19 dan 30. Skor rerata pada data tersebut sebesar 25,8200 dan standar deviasi senilai 2,70570. Tingkat kepatuhan pajak yang tinggi dijelaskan pada variabel ini.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Kualitas Data

Kualitas jawaban yang diberikan oleh responden sangat memengaruhi hasil pengujian hipotesis, oleh karena itu, dilakukan pengujian terhadap kualitas data guna memastikan bahwa data yang diperoleh sudah sesuai dan layak digunakan. Pengujian kualitas data dalam studi ini mencakup uji validitas dan uji reliabilitas.

4.2.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut (Ghozali, 2021) bertujuan melakukan pengukuran apakah data penelitian valid atau tidak. Data yang terdapat dalam kuisioner ditetapkan valid jika data tersebut dapat menjelaskan sesuatu yang akan diukur. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka data disebut valid. $r \text{ tabel}$ didapat dari $n-2$ dan tingkat signifikansi sebesar 0,05 pada tabel r . Berikut hasil uji validitas dalam penelitian ini.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	$r \text{ hitung}$	$r \text{ tabel}$
Kemajuan Teknologi	1	0,680	0,1654
	2	0,765	0,1654
	3	0,725	0,1654
	4	0,810	0,1654
	5	0,822	0,1654
Sanksi Pajak	1	0,730	0,1654
	2	0,655	0,1654
	3	0,711	0,1654
	4	0,660	0,1654
	5	0,548	0,1654
	6	0,633	0,1654
	7	0,696	0,1654
Iklan Layanan Masyarakat	1	0,729	0,1654
	2	0,689	0,1654
	3	0,658	0,1654
	4	0,754	0,1654
	5	0,587	0,1654

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel
Kepatuhan Pajak	1	0,851	0,1654
	2	0,871	0,1654
	3	0,913	0,1654
	4	0,813	0,1654
	5	0,783	0,1654
	6	0,865	0,1654

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan tabel 4.2 dan melihat pada r tabel, dapat ditarik kesimpulan di mana data dalam penelitian ini valid karena semua variabel, baik independen maupun dependen mempunyai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Kuesioner dikatakan reliabel jikalau pemberian jawaban oleh responden memperlihatkan adanya kestabilan. Metode *one shot* digunakan dalam uji reliabilitas di penelitian ini. Nilai *Cronbach's Alpha* digunakan dalam metode ini, yaitu metode yang mengukur instrument alat ukur dinyatakan dalam reliabel atau tidak. Jika nilai reliabilitas $>0,70$ berarti reliabilitasnya baik dan instrument penelitian dapat digunakan. Berikut hasil uji reliabilitas pada penelitian ini

Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Reliabilitas
Kemajuan Teknologi	0,814	0,70
Sanksi Pajak	0,778	0,70
Iklan Layanan Masyarakat	0,710	0,70
Kepatuhan Pajak	0,921	0,70

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel independen dan dependen melebihi 0,70 bahwa data dalam penelitian ini reliabilitasnya baik dan tepat untuk selanjutnya dilakukan pengujian berikutnya.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Pada studi ini, pengujian normalitas menggunakan pendekatan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* serta p-p plot. Kesimpulan dari uji tersebut ditentukan melalui skor signifikan yang didapat. Jika skor signifikan $>0,05$ dapat dipastikan data normal. p-plot mengacu pada titik-titik yang terletak secara dekat dengan garis diagonal yang menghubungkan sumbu vertikal dan horizontal. Jika titik-titik membentuk pola dekat dengan garis diagonal atau bergerak sesuai garis diagonal, maka data normal.

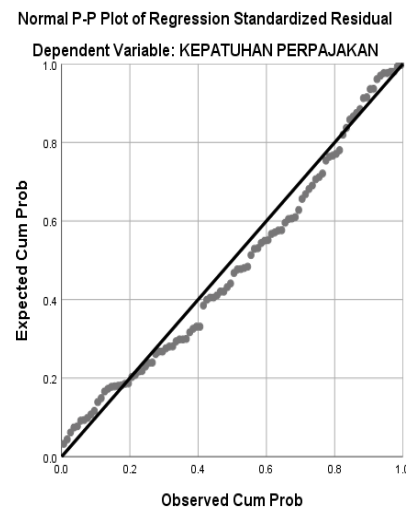
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas

	Unstadarized Residual
Mean	.000000
Std. Deviation	2.1062003
Absolute	.081
Positive	.081
Negative	-.043
Test Statistic	.081
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.098

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dijelaskan bahwa skor bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,098. Skor tersebut tentu saja melebihi dari nilai 0,05 dengan kesimpulan bahwa data dikatakan normal pada studi ini.

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan gambar 4.1, terlihat bahwa terdapat pola yang bergerak sepanjang garis diagonal. Pola tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa penelitian ini data normal.

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021), tujuan dari uji multikolinearitas adalah guna menilai apakah ada hubungan di antara variabel bebas dalam model regresi. Jika variabel tersebut saling berhubungan, maka sifatnya tidak orthogonal. Pengujian ini menggunakan kriteria berupa skor tolerance yang harus melebihi 0,10 dan VIF yang harus <10 , menandakan terbebas dari multikolinearitas.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a							
Model	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.229	2.764		1.892	.062		
X1	.422	.099	.378	4.259	.000	.799	1.251
X2	.196	.078	.229	2.509	.014	.760	1.316
X3	.310	.121	.217	2.549	.012	.869	1.151
Dependent Variable: Kepatuhan Pajak (Y)							

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kemajuan teknologi dengan skor tolerance $0,799 > 0,10$ dan skor VIF $1,251 < 10$ yang di mana memiliki arti bahwa terbebas dari gejala multikolinearitas.
2. Sanksi pajak dengan skor tolerance $0,760 > 0,10$ dan skor VIF $1,316 < 10$ yang di mana memiliki arti bahwa terbebas dari multikolinearitas.
3. Iklan layanan masyarakat dengan skor tolerance $0,869 > 0,10$ dan skor VIF $1,151 < 10$ yang di mana memiliki arti bahwa terbebas dari multikolinearitas.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada studi ini dilakukan dengan uji glejser, yakni skor absolut dari residual diregresikan terhadap variabel bebas. Jikalau skor signifikansi dari hasil regresi tersebut $> 0,05$, maka ditarik kesimpulan bebas dari adanya heteroskedastisitas.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a							
Model	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	231	1.654		.140	.889		
X1	-.004	.059	-.007	-.062	.951	.799	1.251
X2	-.022	.047	-.056	-.482	.631	.760	1.316
X3	.104	.073	.155	1.433	.155	.869	1.151
Dependent Variable: Abs_Res							

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan tabel 4.6, data pada penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa tak adanya gejala heteroskedastisitas karena semua variabel independen mempunyai skor signifikan $>0,05$, yaitu variabel kemajuan teknologi 0,951, sanksi pajak 0,631, dan iklan layanan masyarakat 0,155.

4.2.3 Uji Hipotesis

4.2.3.1 Uji Regresi Linier Berganda

Tujuan pengujian ini mencari tahu sejauh mana variabel bebas menjelaskan pengaruh terhadap variabel terikat. Regresi linear berganda didalam studi ini dipergunakan agar tahu tentang arah dan tingkatan efek variabel Kemajuan Teknologi, Sanksi Pajak, dan Iklan Layanan Masyarakat terhadap Kepatuhan Perpajakan. Berikut hasil analisis regresi linear berganda dalam studi ini.

Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a							
Model	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.229	2.764		1.892	.062		
X1	.422	.099	.378	4.259	.000	.799	1.251
X2	.196	.078	.229	2.509	.014	.760	1.316
X3	.310	.121	.217	2.549	.012	.869	1.151
Dependent Variable: Kepatuhan Pajak (Y)							

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilakukan penyusunan regresi dalam penelitian ini, yaitu:

$$Y = 5,229 + 0,422 X1 + 0,196 X2 + 0,310 X3 + e$$

Persamaan regresi linier di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Skor konstanta dari persamaan tersebut senilai 5.229 menjelaskan bahwa jikalau variabel Kemajuan Teknologi (X1), Sanksi Pajak (X2), dan Iklan Layanan Masyarakat (X3) bernilai nol, sehingga skor dari variabel Kepatuhan Pajak (Y) diperkirakan senilai 5.229.
2. Skor koefisien regresi untuk variabel Kemajuan Teknologi (X1) sebesar 0,422 menandakan jikalau variabel Kemajuan Teknologi (X1) naik 1 dan variabel Sanksi Pajak (X2) dan Iklan Layanan Masyarakat (X3) dianggap 0, maka variabel Kepatuhan Pajak (Y) akan memperoleh kenaikan senilai 0,422.
3. Skor koefisien regresi untuk variabel Sanksi Pajak (X2) senilai 0,196 menandakan jikalau variabel Sanksi Pajak (X2) naik 1 dan variabel bebas lainnya

dianggap 0, maka variabel Kepatuhan Pajak (Y) akan memperoleh kenaikan senilai 0,0196.

4. Skor koefisien regresi untuk variabel Iklan Layanan Masyarakat (X3) sebesar 0,310 menandakan bahwa jikalau variabel Iklan Layanan Masyarakat naik 1 dan variabel bebas lainnya dianggap 0, maka variabel Kepatuhan Pajak (Y) akan memperoleh kenaikan senilai 0,310.

4.2.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bermaksud untuk melihat sampai mana efek variabel independen, yakni variabel kemajuan teknologi, sanksi pajak, dan iklan layanan masyarakat terhadap variabel dependen, yaitu kepatuhan pajak. Skor koefisiensi determinasi (R^2) berkisar diantara 0 dan 1.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 ^a	.394	.375	2.13892
a. Predictors: (Constant), Iklan Layanan Masyarakat (X3), Sanksi Pajak (X2), Kemajuan Teknologi (X1)				

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan tabel 4.8, terlihat jelas bahwa skor R^2 sebesar 0,375. Skor tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kemajuan teknologi, sanksi pajak, dan iklan layanan masyarakat secara simultan memiliki tingkatan efek terhadap kepatuhan pajak dengan skor sebesar 37,5% dan sisanya 62,5% dari variabel-variabel lainnya

4.2.3.3 Uji F

Uji F bermaksud mencari tahu apakah variabel kemajuan teknologi, sanksi pajak, dan iklan layanan masyarakat mempunyai efek signifikan atas kepatuhan

pajak. Kriteria penarikan kesimpulan pada uji F dilihat dari skor signifikan yang di mana jika skor signifikan $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima serta dilihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Tabel 4. 9 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	285.563	3	95.188	20.806	.000 ^b
	Residual	439.197	96	4.575		
	Total	724.760	99			
a. Dependent Variable: Kepatuhan Pajak (Y)						
b. Predictors: (Constant), Iklan Layanan Masyarakat (X3), Sanksi Pajak (X2), Kemajuan Teknologi (X1)						

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan tabel 4.9, skor signifikan senilai 0,000 dan nilai F_{hitung} sebesar 20,806. Skor signifikan tersebut $< 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang di mana $20,806 > 2,70$, maka kemajuan teknologi, sanksi pajak, dan iklan layanan masyarakat terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak.

4.2.3.4 Uji t

Uji t dalam studi ini mempunyai tujuan untuk melakukan pengujian efek tiap variabel bebas, yakni kemajuan teknologi, sanksi pajak, dan iklan layanan masyarakat terhadap kepatuhan pajak. Pengujian ini dilaksanakan memakai kriteria penarikan kesimpulan dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan skor signifikan. Skor signifikan yang di bawah 0,05 berarti efek variabel bebas terhadap variabel terikat signifikan secara statistik.

Tabel 4. 10 Hasil Uji t

Coefficients^a							
Model	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.229	2.764		1.892	.062		
X1	.422	.099	.378	4.259	.000	.799	1.251
X2	.196	.078	.229	2.509	.014	.760	1.316
X3	.310	.121	.217	2.549	.012	.869	1.151
Dependent Variable: Kepatuhan Pajak (Y)							

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan tabel 5.1 dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kemajuan teknologi memiliki skor signifikan $0,000 < 0,05$ serta t hitung $> t$ tabel, yaitu $4,259 > 1,66088$ yang di mana memiliki makna bahwa kemajuan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak dengan makna jika kemajuan teknologi meningkat, maka kepatuhan pajak juga akan meningkat dan sebaliknya jika kemajuan teknologi menurun, maka kepatuhan pajak akan menurun juga.
2. Sanksi pajak memiliki skor signifikan $0,014 < 0,05$ serta t hitung $> t$ tabel, yaitu $2,509 > 1,66088$ yang di mana memliiki arti bahwa sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak dengan makna jika sanksi pajak meningkat, maka kepatuhan pajak juga akan meningkat dan sebaliknya jika sanksi pajak menurun, maka kepatuhan pajak akan menurun juga.
3. Iklan layanan masyarakat memiliki skor signifikan $0,012 < 0,05$ serta t hitung $> t$ tabel, yaitu $2,549 > 1,66088$ yang berarti iklan layanan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak dengan makna jika iklan layanan

masyarakat meningkat, maka kepatuhan pajak juga akan meningkat dan sebaliknya jika iklan layanan masyarakat menurun, maka kepatuhan pajak akan menurun juga.

4.3 Interpretasi Hasil

4.3.1 Pengaruh Kemajuan Teknologi terhadap Kepatuhan Perpajakan

Pengaruh positif dan signifikan dari adanya kemajuan teknologi terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Purbalingga ditemukan pada studi ini. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa jika kemajuan teknologi meningkat, maka kepatuhan pajak juga akan meningkat. Kemajuan teknologi seperti *e-Filling* maupun *e-SPT* telah berhasil memberikan alternatif khususnya wajib pajak guna mengurus kewajiban pajaknya. Kemudahan pada pelaksanaan kewajiban perpajakan akan diberikan kepada wajib pajak dari adanya teknologi yang semakin berkembang dan maju (Sinuhaji et al., 2024). Digitalisasi layanan pajak juga memberikan alternatif lain kepada wajib pajak untuk menunaikan kewajiban pajaknya kapan saja, tanpa harus ke kantor pajak, sehingga mengurangi hambatan waktu dan biaya. Peningkatan kualitas layanan melalui teknologi juga menciptakan persepsi bahwa sistem perpajakan lebih akuntabel dan modern, yang pada akhirnya mendorong wajib pajak untuk lebih taat karena mereka merasa dilayani dengan baik dan tidak dipersulit.

Teori kepatuhan (*compliance theory*) mendukung hasil dari studi ini bahwa kepatuhan memiliki makna mengenai suatu keadaan di mana individu patuh terhadap ketentuan yang telah dibuat. Kepatuhan wajib pajak bermaksud pada kepatuhan atas dasar kemauan sendiri (*voluntary of compliance*), bukan kepatuhan

yang sifatnya memaksa (*compulsory of compliance*). Bantuan yang telah diberikan kepada wajib pajak dalam perkembangan teknologi di bidang pajak menjadikan wajib pajak akan secara sukarela melakukannya karena mereka merasa dipermudah dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya (Haryadi & Zahra, 2022).

Hasil studi ini sesuai dengan penelitian dari (Fadhilatunisa, 2021) yang di mana penelitiannya memberikan penjelasan bahwa kemajuan teknologi seperti *e-Filling* maupun *e-SPT* terdapat efek positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak. Naiknya tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi didasari dari adanya perkembangan teknologi di bidang perpajakan.

4.3.2 Pengaruh Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Perpajakan

Penelitian ini ditemukan adanya pengaruh positif dan signifikan dari adanya sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Purbalingga, yang di mana jika sanksi pajak meningkat maka kepatuhan pajak juga akan meningkat. Sanksi pajak yang dijalankan saat ini bertujuan agar wajib pajak patuh akan peraturan. Wajib pajak yang taat aturan tentu saja tidak akan terkena sanksi pajak, sehingga sanksi adalah suatu alasan mengapa wajib pajak mematuhi peraturan perpajakan yang telah dibuat. Keberadaan sanksi memberikan efek jera dan menjadi mekanisme kontrol terhadap potensi pelanggaran seperti keterlambatan pelaporan, penghindaran pajak, atau ketidakakuratan dalam pelaporan kewajiban pajak. Wajib pajak yang taat aturan akan menjadikan kepatuhan wajib pajak meningkat (Amalia et al., 2023).

Hasil penelitian ini didukung teori kepatuhan (*compliance theory*) menjelaskan bahwa kepatuhan yang ada pada setiap individu wajib pajak dilakukan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Teori tersebut juga memberikan penjelasan bahwa individu akan cenderung patuh karena mereka mengetahui adanya konsekuensi yang nyata dan tegas jikalau melakukan pelanggaran, sehingga makin berat sanksi, maka makin besar juga dorongan wajib pajak dalam menunaikan kewajiban perpajakannya secara benar (Rohmah & Zulaikha, 2023).

Hasil studi ini sesuai dengan penelitian dari (Nelly & Wangdra, 2024) yang di mana penelitiannya menjelaskan bahwa sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak. Hal tersebut menandakan bahwa diberlakukannya sanksi pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

4.3.3 Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat terhadap Kepatuhan Perpajakan

Pengaruh positif dan signifikan dari adanya iklan layanan masyarakat terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Purbalingga ditemukan pada studi ini yang di mana jika iklan layanan masyarakat meningkat, maka kepatuhan pajak juga akan meningkat. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa iklan layanan masyarakat, seperti billboard atau banner yang memuat edukasi perpajakan memberikan efek terhadap pemahaman wajib pajak. Pemahaman kewajiban pajak tersebut akan meningkat dan tentu saja juga akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Arif et al., 2023). Sosialisasi perpajakan termasuk iklan layanan masyarakat penting dalam dunia perpajakan guna memberikan informasi atau edukasi kepada masyarakat tentang pajak. Media iklan

layanan masyarakat seperti billboard yang memuat edukasi perpajakan diharapkan dapat mendorong partisipasi aktif masyarakat ketika menjalankan hak dan kewajibannya sebagai wajib pajak.

Teori kepatuhan (*compliance theory*) mendukung hasil studi ini bahwa kepatuhan pajak pada setiap individu wajib pajak didasari oleh kemauan dirinya sendiri. Kepatuhan pajak didasari dari perilaku kesadaran tiap wajib pajak dalam menunaikan kewajiban perpajakannya (Alfalihin & Osmond, 2020). Iklan layanan masyarakat dapat memberikan pandangan kepada masyarakat bahwa membayar pajak adalah suatu tanggung jawab tiap wajib pajak dengan pemberian informasi betapa mudahnya proses dan tata cara pembayarannya. Adanya pemberian iklan layanan masyarakat oleh DJP akan menjadikan wajib pajak untuk menyetorkan pajak atas dasar kemauan sendiri sehingga kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

Hasil studi ini sesuai dengan penelitian dari (Amalia & Widyawati, 2021) yang di mana penelitiannya menjelaskan bahwa iklan layanan masyarakat ada efek positif serta signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak. Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan iklan layanan masyarakat, seperti billboard atau banner yang dipasang di lokasi strategis dan mudah diakses, bertujuan agar masyarakat membaca dan memahami informasi yang ada. Kesadaran akan kewajiban perpajakan diharapkan akan naik yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak.