

**PENGARUH PEMAHAMAN PAJAK, SANKSI
PERPAJAKAN, DAN MEDIA MASSA
TERHADAP TINGKAT KEPATUHAN WAJIB
PAJAK UMKM SEKTOR KULINER
DI KOTA SEMARANG**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Diploma IV
(Sarjana Terapan) Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Citra Mayang Sari

40011422650181

PROGRAM STUDI D-IV (SARJANA TERAPAN)

AKUNTANSI PERPAJAKAN

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2026

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama Penyusun : Citra Mayang Sari

Nomor Induk Mahasiswa : 40011422650181

Fakultas : Sekolah Vokasi

Program Studi : Akuntansi Perpajakan

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Perpajakan,
dan Media Massa terhadap Tingkat Kepatuhan
Wajib Pajak UMKM Sektor Kuliner di Kota
Semarang

Semarang,

Dosen Pembimbing

Drs. Dul Muid, S.E., M.Si., Ak.,
NIP. 196505131994031002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Citra Mayang Sari

Nomor Induk Mahasiswa : 40011422650181

Fakultas : Sekolah Vokasi

Program Studi : Akuntansi Perpajakan

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Perpajakan,
dan Media Massa terhadap Tingkat Kepatuhan
Wajib Pajak UMKM Sektor Kuliner di Kota
Semarang

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal

Tim Penguji

1. Drs. Dul Muid, S.E., M.Si., Ak., (.....)
2. Deddy Sulestiyono, S.E., S.T., MM (.....)
3. Ibnu Muttaqin, S.Pd., M.Si. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Citra Mayang Sari menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul: Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Media Massa terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Sektor Kuliner di Kota Semarang yang disusun untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Perpajakan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro adalah hasil tulisan saya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tugas akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik tugas akhir yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang

Yang membuat pernyataan

Citra Mayang Sari

NIM. 40011422650181

ABSTRAK

Kepatuhan wajib pajak menjadi salah satu faktor penting dalam mengoptimalkan penerimaan pajak negara dalam pembiayaan pembangunan nasional. Seiring dengan cepatnya perkembangan sektor kuliner di Indonesia, khususnya di Kota Semarang, yang menampung tenaga kerja sehingga menghasilkan perputaran ekonomi yang signifikan. Namun, potensi penerimaan pajak belum optimal dan menjadi tantangan tersendiri. Kepatuhan wajib pajak sektor kuliner dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari pemahaman pelaku usaha terhadap kewajiban perpajakannya, ketegasan sanksi yang diterapkan, maupun peran media massa dalam menyosialisasikan informasi perpajakan kepada masyarakat luas. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh pemahaman pajak, sanksi perpajakan dan media massa terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM sektor kuliner di Kota Semarang. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik purposive sampling. Sampel untuk penentuan jumlahnya menggunakan rumus slovin dan ditentukan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat software SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pajak, sanksi perpajakan dan media massa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sektor kuliner Kota Semarang, baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci : Pemahaman Pajak, Sanksi Perpajakan, Media Massa, Kepatuhan wajib pajak, UMKM Kuliner

ABSTRACT

Taxpayer compliance is a key factor in optimizing state tax revenue to finance national development. With the rapid growth of the culinary sector in Indonesia, particularly in the city of Semarang, providing employment and generating significant economic activity. However, tax revenue potential remains underutilized and presents a unique challenge. Tax compliance in the culinary sector is influenced by various factors, including business owners' understanding of their tax obligations, the strictness of enforced penalties, and the role of the media in disseminating tax information to the general public. The purpose of this study is to analyze the influence of tax understanding, tax penalties, and the mass media on the level of tax compliance among MSME taxpayers in the culinary sector in Semarang City. This study employs a quantitative descriptive research method. The sampling technique used is purposive sampling. The sample size was determined using the Slovin formula, resulting in a sample of 100 respondents. Data were collected via a questionnaire and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS Statistics 26 software. The results indicate that tax understanding, tax penalties, and the mass media have a positive and significant effect on the tax compliance of culinary sector MSMEs in Semarang City, both partially and simultaneously.

Keywords: Tax Literacy, Tax Penalties, Mass Media, Taxpayer Compliance, Culinary Businesses

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PEMAHAMAN PAJAK, SANKSI PERPAJAKAN, DAN MEDIA MASSA TERHADAP TINGKAT KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM SEKTOR KULINER DI KOTA SEMARANG”** dengan baik. Penyusunan skripsi ini dimaksud untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi pada program Sarjana Terapan (D4) Akuntansi Perpajakan, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan berkah, kasih sayang, rahmat, serta petunjuk-Nya sehingga penulis diberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, Semarang.
3. Bapak Apip S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi D4 Akuntansi Perpajakan Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, Semarang.

4. Bapak Dul Muid, S.E., M.Si., Ak., selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, serta saran selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Maya Aresteria S.E., M.Si., Ak., selaku dosen wali yang selalu memberikan dukungan hingga proses skripsi ini selesai.
6. Seluruh dosen D4 Akuntansi Perpajakan Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro atas ilmu yang bermanfaat dan telah membantu selama masa perkuliahan.
7. Kepada kedua orang tuaku yang sangat saya cintai dan sayangi yaitu Papa Alpiandri dan Mama Irna Renata yang senantiasa mengirimkan doa akan kelancaran dalam penyusunan skripsi saya, selalu memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Kepada abang saya Muhammad Fauzi dan adik saya Yolla yang selalu memberikan semangat, dukungan moral, serta motivasi berupa uang kepada penulis selama proses penyusunan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat.
9. Kepada teman-teman seperjuangan dengan penulis yaitu Jiji, Haso, Chiku, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	xiv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Teori Kepatuhan (Compliance Theory)	16
2.1.2 Pemahaman Pajak	18
2.1.3 Sanksi Perpajakan	21
2.1.4 Media Massa	24
2.1.5 Kepatuhan Wajib Pajak.....	27
2.1.6 UMKM.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis.....	33

2.4.1 Pengaruh Pemahaman Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak	33
2.4.2 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak	34
2.4.3 Pengaruh Media Massa terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak	35
BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Definisi Operasional Variabel	37
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Metode Analisis Data	43
3.6 Uji Instrumen	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas	46
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.6.4 Uji Normalitas	48
3.6.5 Uji Multikolinearitas	49
3.6.6 Uji Heteroskedastisitas	49
3.6.7 Uji t (Parsial)	50
3.6.8 Uji Simultan (Uji F)	50
3.6.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	52
4.2 Analisis Data	56
4.2.1 Statistik Deskriptif	56
4.2.2 Uji Kualitas Data	56
4.2.2.1 Uji Validitas	56
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	58
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	59
4.2.3.1 Uji Normalitas	59
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	62

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	62
4.2.4 Analisis Data.....	63
4.2.4.1 Analisis Linear Berganda	63
4.2.4.2 Uji Statistik F.....	65
4.2.4.3 Uji Statistik T	66
4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi.....	67
4.3 Interpretasi Hasil.....	67
4.3.1 Pengaruh Pemahaman Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	67
4.3.2 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	68
4.3.3 Pengaruh Media Massa terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	69
4.3.4 Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Media Massa terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.....	70
BAB V.....	71
PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Keterbatasan	72
5.3 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	75
DAFTAR LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah dan Jenis UMKM Kota Semarang Tahun 2022-2024.....	4
Tabel 2. 1 Kriteria Jenis UMKM.....	27
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 4. 1 Seleksi Sampel	49
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4. 3 Umur Responden.....	50
Tabel 4. 4 Pendidikan Responden	51
Tabel 4. 5 Lama Usaha.....	51
Tabel 4. 6 Jenis Kuliner.....	52
Tabel 4. 7 Rata-rata Omzet Responden per bulan.....	52
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif.....	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4. 13 Hasil Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji f.....	62
Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik t	63
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4. 1 Histogram Uji Normalitas	60
Gambar 4. 2 Normal P-P Plot Uji Normalitas.....	61
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian	78
Lampiran 2 Tabulasi Responden Penelitian	84
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif	96
Lampiran 4 Hasil Uji Korelasi (Corelation).....	96
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Kepatuhan Wajib Pajak	100
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas Pemahaman Pajak	100
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas Sanksi Perpajakan	101
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Media Massa	101
Lampiran 9 Uji Multikolinearitas (Collinearity Diagnostics).....	102
Lampiran 10 Analisis Residual (Pendukung uji asumsi klasik).....	102

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menjadi salah satu negara berkembang, yang mana sampai saat ini Indonesia masih menyelenggarakan berbagai pembangunan di beragam sektor. Seluruh pengeluaran dan pembangunan negara di biayai oleh APBN yang mana sumber utamanya berasal dari pajak. Pajak merupakan suatu pembayaran wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan usaha yang bersifat memaksa dengan tidak mendapat imbalan secara langsung (UU KUP). Di Indonesia, sekitar 70 persen penerimaan negara bersumber dari pajak itu sendiri karena pajak ialah salah satu sumber pendapatan besar negara, sehingga dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan jantungnya negara. Pajak menjadi aspek penting untuk sebuah negara, karena untuk melaksanakan rencana dan menjalankan pembangunan pemerintah membutuhkan dana yang besar, maka dari itu pajak memiliki peran besar dan diandalkan untuk kepentingan pembangunan dan membiayai pengeluaran pemerintah (Rusli & Nainggolan, 2021). Selain itu, pajak memiliki peran sebagai penggerak perekonomian dan fungsi sebagai alat retribusi pendapatan dan untuk mencapai pembangunan nasional perlu adanya kerja sama antara pemerintah dan masyarakat.

Pajak menjadi bagian yang penting dari penerimaan negara yang mana peningkatan tingkat kepatuhan pajak menjadi satu kebutuhan yang penting, salah satunya dengan meningkatkan kepatuhan perpajakan pada sektor Usaha Mikro

Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM adalah salah satu sektor yang berpotensi mendukung peningkatan penerimaan negara. Meski peran penerimaan pajak dari masing-masing pelaku UMKM relatif tidak besar, namun jumlah UMKM yang terus bertambah dan meningkat diperkirakan mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penerimaan pajak negara (Arifa & Panggabean, 2025).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagaimana telah mengalami penyesuaian melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023, UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Menurut Rifani, J. (2022) kehadiran UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pemerataan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat. UMKM memiliki karakteristik yang relatif fleksibel, mudah beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, serta mampu menjangkau berbagai sektor ekonomi, seperti perdagangan, jasa, manufaktur, pertanian, hingga sektor kuliner. Fleksibilitas tersebut menjadikan UMKM sebagai salah satu penggerak utama perekonomian Indonesia, terutama dalam menghadapi dinamika ekonomi dan perkembangan teknologi digital (Purba, 2025).

Salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan pesat di Indonesia adalah sektor kuliner. Sektor ini memiliki peran penting dalam

memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat sekaligus memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan pelaku usaha, dan pengembangan ekonomi kreatif (Suryani, 2022). Pertumbuhan sektor kuliner didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat, meningkatnya permintaan terhadap produk makanan dan minuman, serta pemanfaatan teknologi digital yang memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan produk melalui media sosial maupun platform perdagangan elektronik (e-commerce). Digitalisasi tersebut turut memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM kuliner di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif (Nursita & Anam, 2024).

Meskipun jumlah UMKM di Kota Semarang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, peningkatan tersebut belum tentu diikuti oleh meningkatnya kepatuhan pelaku UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Direktorat Jenderal Pajak menyatakan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya pemahaman mengenai ketentuan perpajakan, kurangnya kesadaran untuk melaksanakan kewajiban perpajakan, serta masih terbatasnya pemanfaatan media informasi perpajakan sebagai sarana edukasi kepada wajib pajak (Direktorat Jenderal Pajak, 2024).

Selain itu, penelitian Yulianti dan Meiranto (2023) menunjukkan bahwa pemahaman perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, sedangkan penelitian Pratama dan Sari (2024) menemukan bahwa sanksi perpajakan yang diterapkan secara konsisten mampu meningkatkan

kepatuhan wajib pajak. Namun demikian, hasil penelitian mengenai pengaruh media massa terhadap kepatuhan wajib pajak masih menunjukkan hasil yang beragam sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut, khususnya pada pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Semarang yang terus mengalami perkembangan:

Tabel 1. 1 Jumlah dan Jenis UMKM Kota Semarang Tahun 2022-2024

Jenis Usaha	Tahun		
	2022	2023	2024
Bidang Kuliner	3.031	3.291	3.506
Bidang Fashion	335	360	360
Bidang Lainnya	26.245	27.889	26.373
Jumlah	29.611	31.540	30.239

Sumber: Dinas Koperasi & UMKM Kota Semarang, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1, sektor kuliner menjadi salah satu sektor UMKM yang mendominasi di Kota Semarang. Besarnya jumlah pelaku usaha pada sektor tersebut seharusnya menjadi potensi dalam mendukung penerimaan pajak negara. Akan tetapi, kepatuhan perpajakan pelaku UMKM masih menjadi tantangan karena masih terdapat wajib pajak yang belum memahami ketentuan perpajakan, kurang memperhatikan sanksi perpajakan, dan belum memperoleh informasi perpajakan secara memadai melalui media massa. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa

terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM sektor kuliner di Kota Semarang (Putri & Setiawan, 2023).

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Pajak (DJP), meskipun target rasio kepatuhan formal wajib pajak pada tahun 2024 berhasil terlampaui, tingkat kepatuhan tersebut masih menunjukkan penurunan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Rasio kepatuhan formal wajib pajak pada tahun 2022 tercatat sebesar 86,80%, meningkat menjadi 86,97% pada tahun 2023, namun menurun menjadi 85,75% pada tahun 2024. Penurunan sebesar 1,22 poin persentase dari tahun 2023 ke tahun 2024 menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak masih menjadi tantangan dalam sistem perpajakan di Indonesia. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa masih terdapat berbagai faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya, seperti tingkat pemahaman perpajakan, efektivitas penerapan sanksi perpajakan, serta penyampaian informasi perpajakan melalui media massa

Selain itu, usaha bidang kuliner relatif mudah karena memerlukan modal yang tidak terlalu besar untuk dijalankan sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk menjalani usaha di bidang tersebut. Karakteristik dari usaha bidang kuliner yang melibatkan kegiatan transaksi secara langsung dengan konsumen dan perputaran penjualan yang cukup tinggi menjadikan sektor ini memiliki kemampuan dalam mendukung penerimaan pajak negara (Wardani & Sari, 2025). Akan tetapi, tingginya jumlah pelaku UMKM sektor kuliner belum sepenuhnya disertai dengan tingkat kepatuhan perpajakan yang optimal. Masih terdapat beberapa pelaku usaha yang belum memahami kewajiban perpajakan

secara tepat, serta belum terdorong secara maksimal oleh faktor eksternal seperti penerapan sanksi perpajakan dan penyampaian informasi perpajakan lewat media massa (Tomy & Rozi, 2025).

Faktor ini terjadi dikarenakan minimnya sosialisasi dan edukasi perpajakan yang diperoleh oleh pelaku UMKM sektor kuliner, keterbatasan pengetahuan serta keahlian dalam bidang keuangan menyebabkan para pelaku usaha kuliner terkendala untuk mengkalkulasikan perhitungan biaya pajak yang harus dibayarkan dan dilaporkan dengan benar dan tepat (Simanjuntak, 2023). Karena skala usaha yang kecil, para pelaku usaha kuliner sering menghadapi keterbatasan modal dan arus kas yang membuat mereka harus sangat cermat dan teliti dalam mengelola keuangan, sehingga setiap pengeluaran yang dikeluarkan harus dipertimbangkan dengan teliti dengan tujuan untuk memastikan keberlanjutan usaha, terutama di tengah persaingan pasar yang ketat dan ketidakpastian ekonomi. Efeknya banyak pelaku usaha kuliner lebih memilih untuk menghindari dan menunda pembayaran pajak, bahkan para pelaku usaha tersebut ada yang tidak mendaftarkan dirinya sebagai wajib pajak (Zaki, Sugiarti, & Siddiq, 2022).

Faktor penting lainnya selain dari kendala keuangan adalah persepsi negatif terhadap pajak yang memengaruhi rendahnya kepatuhan pajak, yang seringkali dipandang sebagai kewajiban yang tidak memberikan manfaat langsung bagi usaha mereka. Karena sebagian besar pelaku usaha kuliner merasakan manfaat pajak yang dipungut pemerintah seringkali tidak terlihat dan dirasakan secara nyata dalam kehidupan mereka sehari-hari. Hal ini diperkuat

berdasarkan penelitian Siahaan dan Halimatusyadiah (2021) bahwa persepsi negatif terhadap pajak secara signifikan menurunkan kepatuhan wajib pajak para pelaku usaha kuliner, yang merasa bahwa pajak hanya membebani mereka tanpa adanya manfaat nyata yang dirasakan, seperti infrastruktur yang kurang memadai, layanan publik yang minim serta kebijakan pemerintah yang tidak berpihak terhadap pengembangan usaha mereka, memperkuat anggapan mereka bahwa pajak hanyalah beban tambahan. Adapun faktor eksternal yang memengaruhi kepatuhan pajak UMKM ialah sosialisasi perpajakan yang kurang efektif.

Dalam penelitian Astuti dan Rahman (2024) menyatakan bahwa hubungan antara pelaku UMKM dan kantor pajak serta efektivitas sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak, dengan tidak efektifnya sosialisasi menyebabkan dari mereka yang tidak patuh dan bahkan tidak terdaftar sebagai wajib pajak. Adanya kompleksitas sistem administrasi perpajakan dengan sistem yang rumit menjadi kendala terutama bagi pelaku UMKM yang terbatas dalam pemahaman teknologi, menyebabkan para pelaku kesulitan dalam menghitung, membayar, dan melaporkan pajak (Nur, Frestyani, & Alfiqui, 2025). Kepatuhan wajib pajak juga dipengaruhi oleh pemahaman wajib pajak akan kewajibannya dalam bidang perpajakan.

Menurut Racmawati dan Haryati (2022) pemahaman wajib pajak tentang perpajakan ialah proses yang terjadi ketika wajib pajak memiliki *knowledge* yang berkaitan dengan seluruh perpajakan di Indonesia. Tingkat pemahaman yang berbeda-beda dapat memengaruhi penilaian wajib pajak terutama bagi

pelaku UMKM untuk berperilaku patuh dalam melakukan kewajiban perpajakan. Tingkat pemahaman yang tinggi akan menimbulkan tingkat kepatuhan yang tinggi juga bagi pelaku UMKM terhadap kewajiban perpajakan. Rendahnya pemahaman perpajakan bagi pelaku UMKM, mengakibatkan ketidakpatuhan wajib pajak yang tinggi. Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM perlu adanya sanksi perpajakan yang mampu menekan dan memberikan efek takut kepada wajib pajak UMKM jika hendak melanggar atau tidak menjalankan kewajibannya.

Sanksi pajak timbul akibat adanya pelanggaran perpajakan, dengan dua tujuan adanya sanksi pajak yaitu tujuan untuk mendidik dan tujuan untuk menghukum. Tujuan dengan mendidik artinya supaya wajib pajak yang dikenakan sanksi akan menjadi lebih baik dan lebih mengetahui hak dan kewajibannya. Dan tujuan dengan menghukum artinya supaya wajib pajak yang terhukum menjadi jera dan tidak mengulangi kesalahan yang sama. Sanksi perpajakan harus jelas dan tidak boleh memberikan toleransi kepada wajib pajak yang melanggar peraturan perpajakan dengan alasan apapun, tidak ada kompromi, memiliki kekuatan untuk memberikan efek jera, adalah beberapa indikator yang harus ada dalam sebuah sanksi perpajakan sehingga bisa memengaruhi kepatuhan wajib pajak. Menurut Mardiasmo (2020) berpendapat bahwa sanksi perpajakan berfungsi sebagai mekanisme yang bertujuan untuk menumbuhkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan (Sambodo & Shinta, 2021).

Di zaman modern ini, hampir semua orang memiliki alat komunikasi berupa handphone (gadget) yang bertujuan untuk komunikasi, namun demikian dengan adanya berbagai jenis fitur yang ada di handphone tersebut memudahkan orang untuk mengakses informasi dan melakukan kegiatan interaksi sosial melalui berbagai jenis fitur media sosial yang ada dan berkembang saat ini. Media massa di setiap peristiwa membangun konstruksi atas peristiwa tersebut yang kemudian dijadikan sebagai sebuah sajian berita, saat konstruksi peristiwa menjadi berita inilah yang selanjutnya membentuk pemberitaan masing-masing media berbeda, karena tergantung dari tingkat kesadaran media terhadap etika jurnalistik. Dalam era digital saat ini, media massa memiliki fungsi utama sebagai penyebar informasi, pembentuk opini publik dan pengontrol sosial, termasuk pelaku UMKM terhadap kebijakan dan regulasi pemerintah.

Media massa menjadi sumber informasi utama yang diandalkan masyarakat dalam memahami berbagai isu ekonomi, sosial, dan hukum, baik di tingkat nasional maupun internasional. Namun, tidak jarang media memberikan informasi yang kurang akurat atau objektif yang dapat memengaruhi cara UMKM menafsirkan kebijakan yang berlaku, baik karena kesalahan teknis maupun adanya kepentingan tertentu. Framing dalam pemberitaan media massa seringkali menonjolkan aspek tertentu yang bisa membentuk opini publik secara selektif.

Di sisi lain, media sosial memberikan ruang yang lebih terbuka bagi masyarakat untuk memproduksi dan menyebarkan informasi secara mandiri yang turut memperkuat dinamika opini publik. Perkembangan media digital

memberikan peluang bagi pemerintah untuk meningkatkan efektivitas sosialisasi perpajakan kepada masyarakat, termasuk kepada pelaku UMKM (Wardani & Sari, 2025). Informasi mengenai tarif pajak, tata cara pelaporan, batas waktu pembayaran, hingga perubahan kebijakan perpajakan dapat diakses dengan lebih mudah melalui berbagai platform media massa. Apabila informasi yang diterima bersifat akurat, mudah dipahami, dan disampaikan secara konsisten, maka pelaku UMKM akan memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai kewajiban perpajakannya sehingga dapat mendorong meningkatnya kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, media massa menjadi salah satu faktor yang layak diteliti dalam menjelaskan tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM (Purba & Siregar, 2025).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada lokasi penelitian, objek penelitian, variabel yang digunakan, serta tahun pelaksanaan penelitian. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Cynthia dan Trisnawati (2024) yang berjudul “Pengaruh Kesadaran, Sosialisasi, dan Sanksi Perpajakan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM” dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Namun, dalam penelitian ini, peneliti mengganti dan menambah variabel media massa sebagai faktor yang turut memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM, serta menambahkan lokasi penelitian di kota Semarang untuk mendapatkan perseptif yang lebih kontekstual dan relevan dengan kondisi lokal.

Mengingat masih banyak pelaku UMKM di Semarang yang belum memahami secara menyeluruh kewajiban perpajakan, serta kurangnya kesadaran

akan pentingnya membayar pajak sebagai bagian dari tanggung jawab usaha, maka diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman tersebut. Selain itu, pemahaman pajak, ketegasan sanksi perpajakan dan peran media massa sebagai sumber informasi dan edukasi turut berpengaruh terhadap perilaku kepatuhan wajib pajak UMKM. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Sanksi Perpajakan, dan Media Massa terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Sektor Kuliner di Kota Semarang.”

1.2 Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang yang telah diuraikan di atas, diperoleh rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang?
2. Apakah sanksi perpajakan berpengaruh terhadap perilaku kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang?
3. Apakah peran media massa berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang?
4. Apakah pemahaman perpajakan, sanksi perpajakan dan media massa secara simultan memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang.
2. Menguji efektivitas sanksi perpajakan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang.
3. Menguji kontribusi media massa dalam membentuk persepsi dan perilaku kepatuhan wajib pajak di kalangan UMKM Sektor Kuliner di Semarang.
4. Menguji pengaruh simultan antara pemahaman pajak, sanksi perpajakan dan peran media massa terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perpajakan dan kepatuhan wajib pajak, serta memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak UMKM Sektor Kuliner di Semarang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat realistik yang penting untuk pemangku kepentingan, meliputi pemerintah, pelaku UMKM Sektor Kuliner, dan institusi keuangan. Berikut manfaat dari masing-masing pemangku kepentingan :

1. Bagi Pemerintah dan Direktorat Jenderal Pajak :

Sebagai rekomendasi kebijakan bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dan pemerintah daerah Semarang untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan pajak UMKM dan bahan evaluasi dalam merumuskan kebijakan perpajakan yang lebih efektif. Selain itu, temuan tentang peran sanksi perpajakan yang kurang efektif dapat mendorong revisi regulasi sanksi agar lebih tegas dan transparan sehingga meningkatkan penerimaan pajak hingga 20 persen dan mendukung target pembangunan infrastruktur di Semarang. Adapun temuan tentang media massa dapat digunakan untuk kolaborasi dengan media dalam framing positif tentang pajak, mengurangi persepsi negatif dan meningkatkan partisipasi UMKM Sektor Kuliner dalam system perpajakan nasional.

2. Bagi pelaku UMKM Sektor Kuliner:

Memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak, sehingga mereka dapat meningkatkan praktik usaha yang lebih patuh. Dengan memahami pentingnya pemahaman perpajakan, UMKM Sektor Kuliner dapat untuk mengikuti pelatihan atau menggunakan e-filing untuk menghindari kesalahan administrasi yang berujung pada sanksi. Temuan tentang sanksi perpajakan yang efektif dapat membuat UMKM Sektor Kuliner lebih sadar akan resiko denda, mendorong mereka untuk melaporkan pajak tepat waktu dan menghindari kerugian finansial. Selain itu, peran media massa dapat membantu UMKM Sektor Kuliner memilih sumber informasi yang objektif,

mengurangi persepsi negatif terhadap pajak, dan meningkatkan kepercayaan pada kebijakan pemerintah, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha mereka di tengah persaingan pasar.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya :

Menjadi referensi dan dasar bagi penelitian lanjutan yang ingin mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi kepatuhan pajak UMKM Sektor Kuliner di wilayah atau konteks yang berbeda.

Manfaat praktis penelitian ini merangkum perbaikan kebijakan perpajakan, peningkatan literasi keuangan UMKM Sektor Kuliner, serta pengembangan ekonomi UMKM Sektor Kuliner di Kota Semarang. Adapun peran media massa, penelitian ini dapat mendorong kolaborasi antara DJP dan media untuk framing positif tentang pajak, mengurangi persepsi negatif yang sering muncul dari pemberitaan yang kurang objektif sehingga kebijakan perpajakan menjadi lebih diterima oleh masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab yang saling terkait. Secara garis besar, sistematika penulisan penelitian ini terbagi menjadi:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai dasar acuan penelitian, ringkasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, skema kerangka pemikiran untuk penelitian dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi terkait variabel yang digunakan dalam penelitian dan penjelasan terkait operasional seluruh variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengambilan data, serta metode analisis.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini menguraikan deskripsi objek penelitian, analisis kuantitatif, interpretasi hasil dan opini terhadap hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir dari penelitian yang memuat kesimpulan, keterbatasan, dan saran dalam penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Kepatuhan (Compliance Theory)

Teori kepatuhan menjelaskan perilaku individu atau badan usaha dalam mematuhi aturan, norma atau regulasi yang ditetapkan otoritas yang berwenang oleh kesadaran pribadi maupun tekanan eksternal (Kirchler, 2007). Teori ini menekankan pada motivasi eksternal seperti takut akan sanksi atau hukuman, sebagai pendorong perilaku patuh. Dalam konteks perpajakan, teori ini memiliki fungsi sebagai kerangka untuk memahami alasan dibalik kepatuhan atau ketidakpatuhan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan yang berlaku. Kepatuhan pajak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor hukum dan administratif, tetapi juga oleh faktor sosial, psikologis dan ekonomi yang membentuk persepsi dan sikap wajib pajak terutama pelaku UMKM terhadap sistem perpajakan (Adini, 2021).

Selain itu, pemahaman perpajakan yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan. Wajib pajak yang memahami prosedur, manfaat, dan konsekuensi perpajakan cenderung lebih disiplin dalam membayar pajak tepat waktu, sehingga terhindar dari denda dan turut berkontribusi dalam pembangunan daerah (Alm & Yunus, 2020). Secara umum, kepatuhan pajak dapat dibagi menjadi dua bentuk utama, yaitu kepatuhan sukarela dan kepatuhan terpaksa.

1. Kepatuhan Sukarela (*Voluntary Compliance*) terjadi ketika wajib pajak secara sadar dan mandiri untuk memenuhi kewajiban perpajakan tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak otoritas maupun pihak lain. Bentuk kepatuhan ini biasanya karena dipengaruhi oleh tingkat pemahaman dan pengetahuan yang baik terhadap peraturan perpajakan, kesadaran akan pentingnya pajak bagi pembangunan negara serta adanya kepercayaan terhadap institusi pemerintah. Wajib pajak yang patuh secara sukarela cenderung memiliki motivasi intrinsik dan menyadari bahwa membayar pajak adalah bagian dari tanggung jawab sosial sebagai warga negara yang baik.
2. Kepatuhan Terpaksa (*Enforced Compliance*) muncul karena adanya tekanan eksternal seperti ancaman sanksi, pemeriksaan atau pengawasan dari otoritas pajak. Dalam hal ini, wajib pajak mematuhi aturan bukan karena kesadaran, melainkan karena tumbuhnya rasa takut terhadap konsekuensi hukum yang mungkin timbul jika tidak patuh. Kepatuhan jenis ini bersifat defensif dan cenderung tidak berkelanjutan jika pengawasannya masih lemah.

Pemahaman terhadap teori kepatuhan sangat penting dalam penelitian tentang perilaku wajib pajak, khususnya UMKM karena dapat membantu menyusun strategi yang tepat dalam meningkatkan tingkat kepatuhan pajak. Strategi tersebut dapat berupa edukasi dan sosialisasi untuk mendorong kepatuhan sukarela, serta penegakan hukum yang konsisten untuk memastikan kepatuhan terpaksa tetap berjalan. Melalui pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan, pemerintah dan otoritas pajak dapat

mempersiapkan kebijakan yang lebih efektif dan berorientasi pada peningkatan kesadaran serta partisipasi aktif wajib pajak dalam system perpajakan (DJP, Kepatuhan yang Dipaksakan vs Kepatuhan Sukarela, 2021).

2.1.2 Pemahaman Pajak

Pemahaman pajak menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak, terutama pada pelaku wajib pajak UMKM. Secara konseptual, pemahaman pajak dapat diartikan sebagai tingkat pemahaman dan pengetahuan wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, prosedur administrasi, serta kewajiban mereka sebagai pembayar pajak. Pemahaman ini mencakup pengetahuan tentang jenis-jenis pajak, tata cara pelaporan dan pembayaran, serta kesadaran terhadap fungsi dan manfaat pajak untuk pembangunan negara. Studi oleh Maulana (2020), pemahaman pajak yang baik akan mendorong wajib pajak agar lebih patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Wajib pajak yang paham dengan system perpajakan cenderung memiliki sikap positif dalam menilai pajak dan lebih sadar akan pentingnya kontribusi mereka terhadap penerimaan negara. Kondisi ini sejalan dengan *Compliance Theory*, yang memaparkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman perpajakan seseorang, maka semakin besar kemungkinan wajib pajak untuk patuh terhadap aturan perpajakan yang berlaku (Maulana, Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Pajak pada Pelaku UMKM di Indonesia., 2020).

Menurut (Faradhila & Fadhilia 2021), dalam penelitiannya ditemukan bahwa pemahaman perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap

kepatuhan wajib pajak UMKM. Wajib pajak dengan pemahaman yang memadai cenderung lebih tepat waktu dalam pelaporan dan pembayaran pajak dan lebih taat terhadap prosedur yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Adapun indikator yang diterapkan untuk mengukur variabel pemahaman pajak dalam penelitian ini mencerminkan aspek pengetahuan, kemampuan system dan kesadaran sosial wajib pajak UMKM terhadap prosedur perpajakan. Selain bersifat teoritis, pemahaman pajak juga bersifat praktis karena berhubungan langsung dengan kemampuan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan secara konsisten dan tepat. Berikut merupakan tiga indikator utama yang digunakan :

1. Pengetahuan tentang Jenis Pajak yang berlaku bagi UMKM

Wajib pajak UMKM perlu untuk mengetahui jenis-jenis pajak yang berkaitan dengan kegiatan usaha mereka, seperti PPh Final UMKM berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 23 tahun 2018, termasuk PPN bagi pelaku usaha yang telah ditetapkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Pengetahuan ini meliputi tarif pajak, objek pajak, dan batasan omzet yang dikenakan pajak. Tanpa pemahaman yang memadai terhadap jenis pajak, akan berisiko bagi wajib pajak dalam pelaporan atau bahkan tidak menyadari kewajiban mereka.

2. Pemahaman tentang Prosedur Pelaporan dan Pembayaran Pajak

Dalam era digital, Direktorat Jenderal Pajak telah memberikan berbagai fasilitas seperti e-filing, e-billing dan aplikasi OnlinePajak untuk kemudahan dalam pelaporan dan pembayaran pajak. Wajib pajak yang memahami cara penggunaan system ini cenderung lebih tertib dalam memenuhi kewajiban

perpajakan. Pemahaman procedural ini meliputi kemampuan dalam mengisi formulir SPT, membuat kode billing, serta memahami tenggat waktu pelaporan dan waktu pembayaran. Ketidaktahuan terhadap prosedur teknis selalu menjadi hambatan utama dalam kepatuhan pajak UMKM.

3. Kesadaran akan Manfaat Pajak untuk Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat

Paham terhadap pajak juga mencakup kesadaran bahwa pajak adalah sumber utama pendapatan negara yang digunakan untuk pembiayaan berbagai program public, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, dan bantuan sosial. Wajib pajak yang memahami manfaat pajak cenderung memiliki motivasi mendasar untuk patuh, karena mereka merasa berkontribusi terhadap kemajuan negara dan kesejahteraan masyarakat.

Dengan demikian, pemahaman pajak bukan hanya menggambarkan aspek kognitif wajib pajak, tetapi juga menjadi landasan sikap dan perilaku mereka dalam menjalankan kewajiban perpajakan secara sukarela dan berkelanjutan. Wajib pajak UMKM yang memiliki pemahaman yang baik akan lebih mampu mengarahkan sistem perpajakan, menghindari kesalahan administratif dan berkontribusi secara aktif terhadap penerimaan negara. Oleh sebab itu, untuk mendorong kepatuhan pajak yang berkelanjutan, perlu adanya strategi penting dalam peningkatan pemahaman pajak melalui edukasi, pelatihan dan sosialisasi (Maulana, 2020).

2.1.3 Sanksi Perpajakan

Sanksi perpajakan merupakan bentuk hukuman administratif atau pidana yang akan dikenakan kepada wajib pajak yang melanggar ketentuan perpajakan, seperti keterlambatan pelaporan, kesalahan dalam pembayaran atau tindak penghindaran pajak. Tujuan utama dari sanksi ini adalah untuk membentuk efek jera agar wajib pajak bisa lebih patuh terhadap ketentuan yang berlaku. Dalam sistem perpajakan di Indonesia, sanksi diatur dalam Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) yang meliputi sanksi berupa denda, bunga dan pidana.

Menurut *Compliance Theory* yang dikemukakan oleh Kirchler (2007), individu akan mempertimbangkan manfaat dan konsekuensi sebelum melakukan suatu tindakan. Dalam konteks perpajakan, teori ini menjelaskan bahwa keberadaan sanksi yang tegas, konsisten, dan diterapkan secara efektif dapat mendorong wajib pajak untuk mematuhi ketentuan perpajakan karena adanya risiko hukuman apabila melakukan pelanggaran. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi wajib pajak terhadap efektivitas penerapan sanksi perpajakan, semakin besar kecenderungan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Pada pelaku UMKM, penerapan sanksi perpajakan diharapkan mampu meningkatkan kepatuhan dalam menghitung, membayar, dan melaporkan pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hal tersebut didukung oleh penelitian Dewi dan Merkusiwati (2023) serta Hantono dan Siagian (2024) yang menunjukkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Penelitian oleh Evline Caroline et al. (2023) menunjukkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Keberadaan sanksi perpajakan mendorong wajib pajak untuk mempertimbangkan risiko yang akan diterima apabila tidak memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dengan demikian, penerapan sanksi tidak hanya berfungsi sebagai instrumen penegakan hukum, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kepatuhan sukarela (*voluntary tax compliance*). Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Rofiana Adawiyah et al. (2023) yang menyatakan bahwa persepsi wajib pajak terhadap beratnya sanksi serta konsistensi penegakan hukum memberikan pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Kesamaan hasil kedua penelitian tersebut memperkuat dugaan bahwa sanksi perpajakan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM, sehingga penting untuk diuji kembali pada pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Semarang.

Adapun indikator yang diterapkan guna mengukur variabel sanksi perpajakan dalam penelitian ini mencerminkan aspek hukum, efektivitas kebijakan dan persepsi psikologis dalam membentuk perilaku wajib pajak. Sanksi perpajakan berperan sebagai mekanisme pengendalian sosial yang bertujuan untuk menghindari pelanggaran dan mendorong kepatuhan secara berkelanjutan. Indikator utamanya meliputi :

1. Jenis Sanksi

Jenis sanksi yang berlaku pada wajib pajak dapat berupa sanksi administratif dan pidana. Sanksi administratif terdiri dari denda atas keterlambatan pelaporan dan pembayaran, serta bunga atas kekurangan pembayaran pajak. Sedangkan sanksi pidana dikenakan untuk pelanggaran yang lebih berat seperti penggelapan pajak, pemalsuan dokumen atau manipulasi data pajak. Pengetahuan wajib pajak terhadap jenis sanksi menjadi indikator awal dalam mengukur sejauh mana mereka memahami konsekuensi hukum dari ketidakpatuhan.

2. Persepsi terhadap Beratnya Sanksi

Persepsi wajib pajak terhadap tingkat ketegasan sanksi sangat memengaruhi keputusan mereka untuk taat pada aturan. Jika sanksi dianggap mudah, ringan dan tidak menimbulkan risiko yang signifikan, maka efek jera akan menurun. Sebaliknya, jika sanksi dinilai berat dan berpotensi menimbulkan kerugian finansial atau reputasi, maka wajib pajak akan lebih berhati-hati dan tertib. Persepsi ini dipengaruhi juga oleh pengalaman pribadi, cerita dari sesama pelaku usaha, serta pemberitaan di media massa.

3. Efektivitas Sanksi sebagai Deterrent

Efektivitas sanksi menjadi indikator penting sebagai alat pencegah pelanggaran dalam menilai keberhasilan kebijakan perpajakan. Sanksi yang efektif menciptakan kesadaran kolektif bahwa ketidakpatuhan akan berujung pada konsekuensi nyata. Pada penelitian Caroline et al. (2023), ditemukan bahwa sanksi yang ditetapkan secara konsisten dan transparan mampu

meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM secara signifikan. Efektivitas ini juga bergantung pada integritas sistem hukum otoritas pajak dalam melakukan pengawasan.

Dengan demikian, indikator-indikator tersebut menggambarkan secara menyeluruh tentang bagaimana sanksi perpajakan dipahami dan diperhatikan oleh wajib pajak UMKM. Ketiga aspek ini saling berkaitan dan menciptakan landasan perilaku kepatuhan, baik secara sukarela maupun terpaksa. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan kepatuhan pajak, penting bagi pemerintah untuk menetapkan sanksi yang tegas dan memastikan bahwa sanksi tersebut mudah dipahami, dirasakan, dan ditegakkan secara adil dan konsisten (Adawiyah, Rahmawati, & Eprianto, 2023).

2.1.4 Media Massa

Media massa merupakan suatu alat komunikasi publik untuk melakukan dan menyebarkan informasi secara luas kepada masyarakat. Dalam konteks perpajakan, media punya peran penting sebagai sarana sosialisasi kebijakan, edukasi untuk wajib pajak, serta membentuk opini publik mengenai kepatuhan pajak. Informasi yang disampaikan lewat media, baik dalam bentuk cetak, elektronik, maupun digital, dapat memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku wajib pajak, termasuk pelaku UMKM yang sering kali bergantung pada informasi eksternal dalam memahami kewajiban perpajakan mereka.

Menurut McCombs & Shaw dalam Agenda Setting Theory, media bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi dan menentukan preferensi publik terhadap suatu isu. Artinya, semakin sering suatu

isu diberitakan, maka akan semakin besar kemungkinan masyarakat memandang isu tersebut penting. Dalam konteks perpajakan, intensitas pemberitaan mengenai kewajiban pajak, manfaat pajak, maupun konsekuensi ketidakpatuhan dapat meningkatkan kepatuhan dan mendorong kesadaran wajib pajak UMKM.

Studi oleh Sari & Nugroho (2021) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan melalui media digital berpengaruh signifikan terhadap pemahaman dan kepatuhan wajib pajak UMKM dan menemukan bahwa kredibilitas media menjadi faktor penting dalam hal informasi yang disampaikan oleh media resmi lebih efektif dalam membentuk sikap positif terhadap kepatuhan pajak dibanding media yang kurang kredibel. Pesan media dengan bahasa sederhana dan relevan dengan kebutuhan UMKM mampu meningkatkan niat kepatuhan secara sukarela (Hidayat, 2024).

Dalam penelitian ini, *Compliance Theory* menjelaskan pengaruh media massa terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, perilaku patuh wajib pajak dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Media massa berperan dalam membentuk ketiga komponen tersebut melalui penyampaian informasi perpajakan yang akurat, edukatif, dan mudah dipahami. Informasi mengenai kewajiban perpajakan, manfaat pembayaran pajak, serta konsekuensi atas ketidakpatuhan yang disampaikan secara konsisten melalui media massa dapat meningkatkan pengetahuan, membentuk sikap positif terhadap pajak, serta memperkuat kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya (Alvien, 2023). Oleh karena itu, semakin baik kualitas

informasi perpajakan yang diterima pelaku UMKM melalui media massa, semakin besar kecenderungan pelaku UMKM untuk memiliki niat dan perilaku patuh terhadap ketentuan perpajakan yang berlaku (Allingham & Sandmo, 2022).

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel media massa dalam penelitian ini, yang meliputi:

1. Frekuensi Eksposur Informasi Pajak

Intensitas wajib pajak dalam menerima informasi pajak melalui media massa, baik berupa berita, iklan layanan publik dan kampanye digital.

2. Kredibilitas Media

Tingkat kepercayaan wajib pajak pada media yang memberitakan informasi perpajakan, apakah berasal dari sumber resmi (seperti Direktorat Jenderal Pajak) atau media yang dianggap terpercaya.

3. Pengaruh Pesan Media terhadap Sikap Wajib Pajak

Sejauh mana pesan yang disampaikan media mampu membentuk sikap positif, mendorong kesadaran, dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM.

Dengan demikian, media massa tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai alat pembentuk sikap dan perilaku wajib pajak. Peran media massa dalam penelitian ini menjadi relevan karena menerangkan bagaimana faktor eksternal berupa komunikasi publik berkontribusi terhadap tingkat kepatuhan pajak UMKM di Kota Semarang.

2.1.5 Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu aspek fundamental pada sistem perpajakan modern. Kepatuhan wajib pajak ialah pemenuhan kewajiban perpajakan dalam mendorong pembangunan yang diproyeksikan secara sukarela memberikan kontribusi yang tidak proporsional (Yusril & Syaepuddin, 2021). Dalam system self assessment yang diterapkan di Indonesia, kepatuhan wajib pajak menjadi elemen penting karena wajib pajak dipercaya secara mandiri untuk melakukan perhitungan, pembayaran, dan pelaporan kewajiban perpajakan mereka sendiri (Machmudah & Putra, 2020)

Berdasarkan keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000, kepatuhan wajib pajak mencerminkan tindakan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dengan berpedoman pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Wajib pajak yang patuh menunjukkan perilaku yang selaras dengan ketentuan peraturan dalam setiap kegiatan terkait pajak. Ketidakepatuhan dalam pemungutan pajak dapat memicu praktik penghindaran dan pelanggaran pajak yang berakibat menurunkan penerimaan pendapatan negara.

Menurut teori kepatuhan, menjelaskan bahwa kepatuhan wajib pajak bukan hanya dipengaruhi oleh kesadaran individu, tetapi juga faktor eksternal yang mengatur dan mengawasi perilaku perpajakan. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman pajak berperan sebagai faktor internal yang membentuk kepatuhan wajib pajak UMKM, sedangkan sanksi perpajakan dan media massa berfungsi sebagai faktor eksternal yang mendorong kepatuhan melalui

penegakan hukum dan penyebaran informasi perpajakan (Firmansyah et al., 2022).

Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 menetapkan berbagai kriteria dari wajib pajak yang patuh:

- a. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir.
- b. Tidak ada tunggakan pajak untuk seluruh jenis pajak yang menjadi kewajibannya
- c. Selama jangka waktu 10-15 tahun terakhir, wajib pajak tidak pernah dijatuhi hukuman akibat tindak pidana di bidang perpajakan.
- d. Dalam 2 tahun terakhir, wajib pajak telah menyelenggarakan pembukuan sebagaimana dimaksud Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan serta apabila pernah dilakukan pemeriksaan, maka koreksi pada pemeriksaan terakhir untuk setiap jenis pajak yang terutang paling banyak 5 persen.

2.1.6 UMKM

UMKM memiliki peran yang signifikan dalam struktur perekonomian Indonesia, baik dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) maupun dalam penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM menyerap lebih dari 97 persen tenaga kerja dan berkontribusi lebih dari 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. UMKM memiliki potensi untuk berkembang menjadi bisnis yang lebih besar dan

meningkatkan kinerja ekonomi negara. Dengan adanya pendampingan yang tepat, UMKM akan tumbuh menjadi mesin penggerak ekonomi yang kuat dan berkelanjutan (Hakim, 2024).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memegang peranan yang sangat penting pada perekonomian Indonesia, baik itu mewujudkan peluang kerja maupun jumlah bisnis atau usaha yang masih bergerak (Rudjito, 2023). Pada Pasal 1 UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah :

1. Usaha Mikro ialah jenis usaha produktif yang dimiliki perseorangan atau badan usaha individu, dan harus melengkapi kriteria sebagai Usaha Mikro yang telah tercantum pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Usaha Kecil adalah jenis usaha yang bergerak secara independen, dijalankan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dipunyai, dikontrol atau terbentuk bagian baik secara langsung ataupun tidak langsung. Usaha kecil terindikasi jika memenuhi syarat-syarat sesuai dengan aturan yang telah tercantum dalam peraturan perundang-undangan.
3. Usaha Menengah mengacu ke jenis usaha ekonomi independen dan dilaksanakan secara perseorangan atau badan usaha yang bukan termasuk perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikontrol atau dibentuk bagian baik secara langsung ataupun tidak langsung, yang memiliki nilai bersih atau omzet tahunan dengan total yang sama sesuai aturan yang telah tercantum pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tabel 2. 1 Kriteria Jenis UMKM

Kategori Usaha	Omzet dalam 1 tahun
Usaha mikro	Terbanyak Rp 2M
Usaha kecil	>Rp 2M - paling banyak Rp 15M
Usaha menengah	>Rp 15M - paling banyak Rp 50M

Sumber :PP No 7 Tahun (2021)

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini disajikan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti yakni tentang "Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Media Massa terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Semarang". Dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
Puan Namira Fenesanjus	Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kecamatan Sedati	2023	Pemahaman Pajak dan Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada UMKM di Kecamatan Sedati. Sedangkan Kesadaran Wajib Pajak tidak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada UMKM di Kecamatan Sedati.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
Aditya Damar Yudha, Yuwita Ariessa Pravasanti, dan Desy Nur Pratiwi	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pelaporan Pajak pada UMKM di Kota Surakarta	2024	Menurut temuan penelitian, ketiga variabel independent yaitu Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan dan Sanksi Pajak berpengaruh secara signifikan terhadap Pelaporan Pajak.
Gabriela Stefanny The, Robert Lambey, dan Christian Datu	Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Insentif Pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik UMKM di Kota Manado	2024	Sanksi Perpajakan tidak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pemilik UMKM di Kota Manado akan tetapi Pemahaman Perpajakan dan Insentif Pajak mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pemilik UMKM di Kota Manado.
Aprilia Suhadi	Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Kasus Wajib Pajak di KPP Pratama Tangerang Timur)	2024	Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Tangerang Timur.

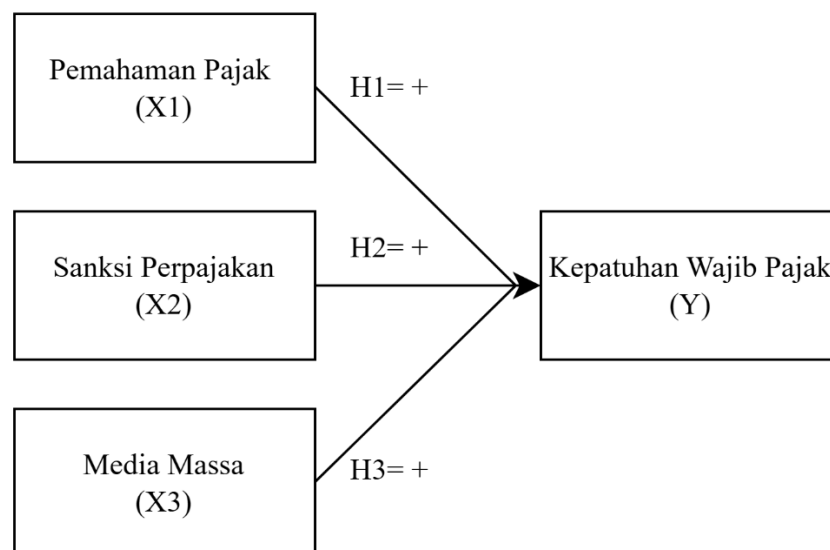
Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil Penelitian
Anni Aisyah Hidayani Siregar, Nayla Novita Syahfitri, Ratu Raissyah Apriliani	Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Pajak pada sektor UMKM	2025	Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Sumber : Data ditulis oleh penulis, 2025

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini meliputi tiga variabel bebas yaitu Pemahaman Pajak (X1), Sanksi Perpajakan (X2) dan Media Massa (X3) terdapat pengaruh terhadap variabel terikat yaitu Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Sektor Kuliner. (Y) baik secara parsial maupun simultan. Berikut susunan kerangka penelitian dapat dirumuskan:

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Pemahaman Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak

Pemahaman perpajakan merupakan salah satu faktor internal yang memiliki pengaruh besar terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Agar kebijakan dan ketentuan perpajakan dapat terlaksanakan dengan baik, wajib pajak harus memiliki pemahaman yang cukup dan sesuai mengenai sistem dan peraturan perpajakan. Wajib pajak yang memahami prosedur dan manfaat dari pembayaran pajak akan lebih sadar terhadap pentingnya kontribusi untuk pembangunan negara. Dengan demikian, peningkatan pemahaman pajak diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak.

Penelitian (Akbar et al., 2024) mengklaim bahwa pemahaman pajak berperan sebagai determinan utama dalam pembentukan perilaku patuh wajib pajak, terutama ketika wajib pajak memahami kewajiban perpajakannya secara menyeluruh. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pemahaman pajak sampai batas tertentu memiliki dampak yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa semakin tinggi pemahaman wajib pajak terhadap peraturan perpajakan, maka semakin besar juga kemungkinan mereka untuk patuh terhadap kewajiban pajaknya (Inasius, 2020).

H1 : Pemahaman Pajak berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan pajak UMKM Sektor Kuliner.

2.4.2 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak

Penerapan sanksi perpajakan menjadi salah satu faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku wajib pajak. Perilaku individu tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti kesadaran atau pemahaman, tetapi juga dipengaruhi faktor eksternal seperti ancaman hukuman dan pengawasan. Dalam pengalaman pribadi maupun pengamatan terhadap lingkungan sekitarnya, wajib pajak belajar bahwa ketidakpatuhan akan memberikan efek negatif seperti denda, bunga, atau sanksi administratif lainnya.

Penerapan sanksi perpajakan yang tegas dan konsisten dapat berfungsi sebagai sarana kontrol sosial yang efektif dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Menurut penelitian (Suhadi, 2024) sanksi yang tegas mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya secara disiplin karena memahami risiko dari pelanggaran aturan pajak. Pada penelitian (Lambey, 2024) juga dijelaskan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Gresik, dimana keberadaan sanksi dapat menciptakan efek jera yang menekan potensi pelanggaran.

Sanksi pajak bagian mekanisme formal yang membentuk perilaku patuh secara bertahap karena wajib pajak mengatribusikan ketidakpatuhan dengan risiko hukum yang tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tegas dan konsisten penerapan sanksi perpajakan, maka akan menunjukkan perilaku patuh terhadap ketentuan perpajakan.

H2 : Sanksi Perpajakan berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan pajak UMKM Sektor Kuliner.

2.4.3 Pengaruh Media Massa terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak

Media massa berperan penting sebagai sarana penyebaran informasi dan edukasi publik dalam meningkatkan kesadaran serta pemahaman wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan. Perilaku individu dapat terbentuk melalui pengaruh lingkungan eksternal, termasuk informasi yang diterima secara berulang dari media. Dalam lingkup perpajakan, pemberitaan dan sosialisasi melalui media massa dapat membentuk pandangan positif masyarakat terhadap system perpajakan.

Informasi yang disampaikan melalui televisi, surat kabar, media daring maupun media sosial dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak akan pentingnya membayar pajak dan memahami manfaatnya bagi pembangunan, serta mengetahui risiko yang muncul apabila tidak patuh terhadap ketentuan perpajakan. Penelitian (Yudha, 2025) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan yang dilakukan melalui media massa berpengaruh positif terhadap kepatuhan pelaporan pajak UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa media berperan sebagai perantara efektif antara pajak dan masyarakat.

Hasil penelitian (Fitriani & Hidayat, 2022) juga menyatakan bahwa intensitas informasi pajak melalui media massa meningkatkan pemahaman serta kepatuhan pajak pelaku usaha mikro di Yogyakarta. Media elektronik yang aktif menayangkan kampanye kesadaran pajak mampu meningkatkan kepatuhan sukarela wajib pajak. Hasil penelitian tersebut, disimpulkan bahwa semakin efektif peran media massa dalam menyebarkan informasi dan edukasi pajak, maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM terhadap kewajiban perpajakannya.

H3: Media Massa berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan pajak UMKM Sektor Kuliner.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini digunakan untuk memaparkan variabel-variabel yang diteliti beserta indikator pengukurannya agar dapat diobservasi dan dianalisis melalui empiris. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner, sedangkan variabel bebas (independent) pada penelitian ini adalah pemahaman pajak, sanksi perpajakan dan peran media massa.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menguji hipotesis melalui pengolahan data dalam bentuk angka-angka yang kemudian dianalisis secara statistik dan dijabarkan dalam bentuk uraian. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independent yaitu pemahaman pajak (X1), sanksi perpajakan (X2), dan media massa (X3) serta satu variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak UMKM Sektor Kuliner (Y) yang berfokus pada pelaku UMKM terdaftar sebagai wajib pajak di Kota Semarang.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner/angket, yang disebarkan kepada responden untuk mendapatkan data primer terkait persepsi dan perilaku wajib pajak UMKM. Teknis analisis data yang digunakan ialah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS Statistics 26. Model regresi linier berganda

digunakan untuk memprediksi besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, serta untuk menguji apakah ada hubungan sebab akibat antara pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Semarang.

a. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak UMKM. Kepatuhan wajib pajak merupakan perilaku yang mencerminkan ketaatan wajib pajak dalam memenuhi seluruh kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kepatuhan tersebut berisikan kewajiban untuk mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, menghitung jumlah pajak terutang dengan benar, melakukan pembayaran pajak dengan tepat waktu, serta melaporkan kewajiban perpajakan secara lengkap dan akurat.

b. Variabel Independen (X)

Variabel independent merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi faktor penyebab munculnya variabel dependen (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independent sebagai berikut :

1. Pemahaman Pajak

Pemahaman pajak merupakan kompetensi wajib pajak UMKM dalam mengenal dan memahami ketentuan perpajakan yang berlaku, termasuk hak dan kewajiban perpajakan, prosedur perhitungan pajak, serta tata cara pembayaran dan pelaporan pajak (Mardiasmo, 2021). Pemahaman ini dihasilkan melalui proses pembelajaran, baik secara formal maupun informal,

seperti sosialisasi perpajakan ataupun informasi yang diterima dari lingkungan sekitar.

Menurut (Waluyo, 2021) wajib pajak yang memiliki pemahaman pajak yang baik condong akan lebih patuh karena mampu menyadari pentingnya pajak untuk pembangunan negara serta paham konsekuensi dari ketidakpatuhan. Sebaliknya, pemahaman pajak yang rendah dapat menyebabkan kesalahan dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan atau bahkan menimbulkan sikap tidak patuh. Oleh karena itu, pemahaman pajak menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM dalam melaksanakan kewajibannya.

2. Sanksi Perpajakan

Sanksi perpajakan merupakan implementasi yang digunakan pemerintah untuk membangun kepatuhan wajib pajak terhadap ketentuan pajak yang berlaku. Pada konteks wajib pajak UMKM, sanksi perpajakan diberlakukan apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, seperti keterlambatan dalam pembayaran atau pelaporan pajak (Resmi, 2021). Sanksi tersebut umumnya berbentuk denda administratif atau bunga yang timbul akibat pelanggaran ketentuan perpajakan dan hal ini memberikan efek jera agar wajib pajak lebih disiplin dalam kewajibannya.

Penerapan sanksi perpajakan menurut (Suandy, 2022) bertujuan untuk mendorong wajib pajak UMKM agar menyadari bahwa ketidakpatuhan akan menimbulkan konsekuensi yang merugikan. Melalui sanksi yang tegas dan konsisten, wajib pajak diharapkan menjadi lebih patuh dalam memenuhi

kewajiban perpajakan secara tepat waktu dan sesuai aturan. Selain itu, penegakan sanksi perpajakan yang efektif dapat meningkatkan kepatuhan pajak UMKM yang pada akhirnya berdampak positif terhadap penerimaan negara.

3. Media Massa

Media massa berfungsi sebagai sarana komunikasi yang diperlukan untuk menyampaikan berbagai informasi perpajakan kepada masyarakat secara luas, termasuk kepada pelaku UMKM. Lewat media cetak, media elektronik, dan media digital, pemerintah dapat melakukan penyebarluasan peraturan perpajakan, kebijakan terbaru, serta pentingnya kepatuhan pajak bagi pembangunan ekonomi negara. Penyampaian informasi secara berulang dan mudah dipahami melalui media massa, dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran wajib pajak UMKM (Cangara, 2023).

Peran media massa dalam penelitian ini dipersepsikan sebagai faktor eksternal yang berpengaruh pada kepatuhan wajib pajak UMKM. Informasi perpajakan yang disampaikan secara jelas dan akurat melalui media massa diproyeksikan mampu membentuk tanggapan positif terhadap pajak serta mendorong perilaku patuh.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kawasan generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu untuk dikaji yang kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya berkaitan dengan jumlah subjek yang diteliti, tetapi juga mencakup karakteristik yang terpaut pada subjek tersebut.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner yang terdaftar sebagai wajib pajak di kota Semarang. Berdasarkan dari data instansi terkait, jumlah wajib pajak terdaftar di Kota Semarang mencapai sekitar 150.000 wajib pajak. Dari jumlah populasi tersebut, penelitian ini difokuskan pada wajib pajak UMKM yang bergerak di sektor kuliner, sesuai dengan objek penelitian yang dikaji.

Menurut Sugiyono (2022), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dinilai sebagai perwakilan dari populasi yang perolehannya mewakili keseluruhan sesuatu yang diteliti. Sugiyono (2021) juga menyatakan pada penelitian kuantitatif, jumlah sampel yang digunakan umumnya berkisar 30 hingga 400 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menerapkan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini diterapkan karena tidak semua pelaku UMKM dapat dijadikan responden penelitian, sehingga peneliti menetapkan beberapa kriteria tertentu dalam pemilihan sampel.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pelaku UMKM sektor kuliner yang berdomisili dan menjalankan usahanya di Kota Semarang.
2. Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atau memiliki kewajiban perpajakan sebagai wajib pajak UMKM sesuai ketentuan yang berlaku.

3. Pernah memperoleh informasi atau sosialisasi mengenai perpajakan, baik melalui media massa (televisi, surat kabar, media online, media sosial, website Direktorat Jenderal Pajak) maupun kegiatan sosialisasi perpajakan yang diselenggarakan oleh instansi terkait.
4. Memiliki pengetahuan mengenai kewajiban perpajakan, seperti kewajiban menghitung, membayar, dan melaporkan pajak, sehingga mampu memberikan penilaian terhadap variabel pemahaman pajak dalam penelitian.
5. Mengetahui adanya ketentuan sanksi perpajakan, baik berupa sanksi administrasi maupun sanksi lainnya sesuai peraturan perpajakan, sehingga mampu memberikan penilaian terhadap variabel sanksi perpajakan.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (error tolerance) sebesar 10 persen.

$$\text{Rumus : } n = N / (1+N.e^2)$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat kesalahan (error tolerance)

Perhitungan :

$$n = 150.000 / (1+150.000 (0,1)^2)$$

$$n = 150.000 / 1.501$$

$$n = 99,93/ 100 \text{ (dibulatkan)}$$

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang didapatkan secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Semarang. Data diperoleh dari jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penelitian.

Pengukuran data dilakukan dengan menggunakan pernyataan tertulis yang disusun berdasarkan berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Skala pengukuran yang digunakan yaitu Skala Likert lima tingkat, terdiri dari skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) hingga skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei, dengan teknik utama berupa penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup, yaitu kuesioner yang telah disusun oleh peneliti lalu responden hanya perlu memberikan tanda pada pilihan jawaban yang telah terlampir. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Semarang melalui media online menggunakan Google Form.

3.5 Metode Analisis Data

Teknik analisis pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS Statistics 26 (Statistical

Product and Service Solutions). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu metode analisis untuk menggambarkan data yang diperoleh dari responden. Selanjutnya data dikumpulkan selanjutnya dilakukan pengolahan data. Berikut langkah-langkah analisis data :

a. Editing

Data kuesioner yang sudah terkumpul dilanjutkan dengan pengecekan oleh peneliti. Proses pemeriksaan meliputi kelengkapan pengisian jawaban, kejelasan data yang diberikan oleh responden, serta kesesuaian jawaban dengan pernyataan yang diajukan. Tujuan dari proses editing ini adalah untuk meminimalkan kesalahan data yang terjadi dilapangan.

b. Skorsing

Skoring merupakan tahapan pemberian nilai terhadap data kuesioner yang diisi oleh responden secara lengkap, benar, dan dapat dipertanggungjawabkan. Pemberian skor terhadap data disetiap pernyataan kuesioner disesuaikan dengan kriteria penilaian yang telah ditetapkan menggunakan skala Likert. Berikut perinciannya :

1. Skor 1 : Sangat Setuju (SS)
2. Skor 2 : Setuju (S)
3. Skor 3 : Netral (N)
4. Skor 4 : Tidak Setuju (TS)
5. Skor 5 : Sangat Tidak Setuju (STS)

c. Tabulasi

Tabulasi merupakan proses pengelompokan dan penyusunan data yang telah diberikan kode sesuai dengan analisis yang ditetapkan ke dalam table. Data yang telah melalui tahap skoring kemudian diinput ke dalam tabel tabulasi untuk memudahkan peneliti dalam melakukan pengolahan data, analisis statistik, serta penarikan kesimpulan.

3.6 Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah instrument penelitian yang dilakukan dalam pengumpulan data telah memenuhi kriteria valid dan reliabel. Intrumen penelitian yang baik harus mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten.

3.6.1 Uji Validitas

Dalam pengujian validitas ini digunakan dalam mengukur valid atau tidaknya pada hasil perolehan kuesioner. Instrumen dikatakan valid apabila di pertanyaan yang diajukan sudah memenuhi uji untuk mengungkapkan sesuatu yang diteliti dalam pertanyaan kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson (Pearson Product Moment) melalui bantuan program SPSS Statistics 26. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5 persen). Kriteria pengujian validitas adalah apabila nilai r hitung $>$ r tabel, maka item pertanyaan dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila nilai r hitung \leq r tabel, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid dan tidak digunakan dalam analisis selanjutnya.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil pengukuran yang konsisten ketika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki tingkat keandalan yang baik dalam mengukur variabel penelitian.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha melalui program SPSS Statistics 26. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$, sedangkan apabila nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel. Instrumen yang telah dinyatakan reliabel selanjutnya dapat digunakan dalam analisis data dan pengujian hipotesis penelitian.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh serta arah hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM sektor kuliner di Kota Semarang.

Model analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1(X_1) + b_2(X_2) + b_3(X_3) + e$$

Keterangan :

Y = Kepatuhan Wajib Pajak UMKM sektor kuliner

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1 = Pemahaman Pajak

X2 = Sanksi Perpajakan

X3 = Media Massa

e = error (faktor kesalahan)

Melalui model regresi tersebut, dapat diketahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini juga disertai dengan uji asumsi klasik sebagai syarat kelayakan model regresi, sehingga persamaan yang dihasilkan dapat digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM sektor kuliner di Kota Semarang secara akurat.

3.6.4 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Distribusi data yang normal merupakan salah satu syarat dalam analisis regresi linier berganda agar hasil pengujian dapat diinterpretasikan secara tepat.

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov–Smirnov melalui bantuan program SPSS Statistics 26. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas ini adalah dengan melihat nilai signifikansi. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Selain uji statistic, normalitas juga akan dikonfirmasi secara grafis melalui histogram dan normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.

Apabila hasil uji Kolmogrov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05, normalitas data dapat dipertimbangkan terpenuhi apabila jumlah sampel penelitian tergolong besar. Hal ini berdasarkan pada prinsip Central Limit Theorem (CLT) yang menyatakan bahwa ketika ukuran sampel cukup besar ($n > 30$), distribusi sampling dari rata-rata akan cenderung mendekati distribusi normal meskipun distribusi populasi aslinya tidak normal (Gujarati & Porter, 2021). Dengan demikian, pada penelitian yang menggunakan sampel besar, asumsi normalitas masih dapat dipenuhi dengan mempertimbangkan pendekatan teoritis CLT yang didukung oleh konfirmasi grafis histogram dan Normal P-P Plot.

3.6.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi multikolinearitas, yaitu tidak adanya hubungan yang kuat antar variabel bebas.

Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) melalui program SPSS Statistics 26. Kriteria pengujian menyatakan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Apabila kriteria tersebut terpenuhi, maka variabel pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa dapat digunakan secara bersama-sama dalam model regresi.

3.6.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas atau memiliki varian residual yang konstan.

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan scatterplot, yaitu dengan melihat pola penyebaran titik-titik residual. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa

tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila terdapat pola yang jelas dan teratur, maka model regresi dinyatakan mengalami heteroskedastisitas.

3.6.7 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa secara parsial terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM sektor kuliner di Kota Semarang.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, serta dengan melihat nilai signifikansi. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel atau nilai signifikansi $<$ 0,05, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai t hitung \leq t tabel atau nilai signifikansi $>$ 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan.

3.6.8 Uji Simultan (Uji f)

Uji simultan atau uji f digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menguji pengaruh pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa secara simultan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM sektor kuliner di Kota Semarang.

Pengambilan keputusan dalam uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, serta melihat nilai signifikansi. Apabila nilai F

hitung $> F$ tabel atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak. Sebaliknya, apabila nilai F hitung $\leq F$ tabel atau nilai signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis nol diterima.

3.6.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan persentase pengaruh pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM sektor kuliner di Kota Semarang secara simultan.

Nilai R^2 berada antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati 0 menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen masih terbatas, sedangkan nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variasi perubahan variabel dependen yang diteliti.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di Kota Semarang, dalam susunan memperoleh data penelitian, peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 100 kuesioner, dan seluruh tersebut berhasil dikumpulkan kembali dengan lengkap sehingga data dapat diolah lebih lanjut. Dengan demikian, tingkat pengembalian kuesioner (*response rate*) dalam penelitian ini mencapai 100 persen.

Tabel 4. 1 Seleksi Sampel

Keterangan	Jumlah
Kuesioner disebar	100
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang lengkap	100
Kuesioner yang dianalisis	100
Response rate	100

Sumber: Data primer diolah, 2026

Selanjutnya, data responden yang telah terkumpul akan dianalisis berdasarkan karakteristik responden, seperti jenis usaha, lama usaha, tingkat pendidikan, dan omzet usaha. Nama responden dalam penelitian ini tidak dicantumkan demi menjaga kerahasiaan data. Oleh karena itu, seluruh responden disajikan dalam bentuk data agregat berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan. Berdasarkan data yang telah diperoleh, karakteristik responden akan disajikan dalam beberapa tabel pada bagian berikut ini :

Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden

Tabel/ 4.2 No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	16	16%
2	Perempuan	84	84%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.2, diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sebanyak 84 responden. Sementara itu, responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 16 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Semarang dalam penelitian ini di dominasi oleh perempuan.

Karakteristik responden berdasarkan umur dihasilkan dari 100 responden yang termasuk dalam penelitian ini, disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4. 3 Umur Responden

Tabel/ 4.3 No	Usia	Jumlah	Presentase
1	21-24 Tahun	60	60%
2	25-35 Tahun	15	15%
3	36-40 Tahun	23	23%
4	> 41 Tahun	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa jumlah terbanyak responden berada pada rentang usia 21-24 tahun yaitu sebanyak 60 responden atau sebesar

78 persen, usia 25-35 tahun sebanyak 15 responden, usia 36-40 tahun sebanyak 23 responden dan yang berusia > 41 tahun sebanyak 2 responden.

Tabel 4. 4 Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah
Sekolah Dasar	15
Sekolah Menengah Pertama	10
Sekolah Menengah Atas/Kejuruan	44
Sarjana	31

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel Pendidikan responden, dapat diketahui responden terbanyak berlatar belakang Pendidikan Sekolah Menengah Atas/Kejuruan sejumlah 44 responden dan responden terkecil adalah Sekolah Menengah Pertama sejumlah 10 responden.

Tabel 4. 5 Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah
1-5 tahun	66
6-10 tahun	18
11-15 tahun	13
> 15 tahun	3

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas responden dengan lama usaha 1-5 tahun berjumlah 66 reponden, lama usaha 6-10 tahun berjumlah 18 responden, lama usaha 11-15 tahun berjumlah 13 responden dan lama usaha > 15 tahun berjumlah 3 responden.

Tabel 4. 6 Jenis Kuliner

Tabel 4.6 Jenis Kuliner	Jumlah
Makanan	44
Minuman	12
Makanan dan Minuman	44

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel jenis kuliner dapat diketahui bahwa jenis kuliner didominasi pada kuliner makanan sebanyak 44 responden, jenis kuliner minuman sebanyak 12 responden. Sementara itu, responden yang menjalankan usaha makanan dan minuman secara bersamaan sebanyak 44 responden.

Tabel 4. 7 Rata-rata Omzet Responden per bulan

No	Kategori Omzet	Presentase
1	< Rp 5.000.000	53%
2	Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	35%
3	Rp 10.000.000 – Rp 20.000.000	7%
4	> Rp 20.000.000	5%
Jumlah		100%

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki rata-rata omzet per bulan kurang dari Rp 5.000.000 sebanyak 53 responden, rata-rata omzet Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 sebanyak 35 responden, rata-rata omzet Rp 10.000.000 – Rp 20.000.000 sebanyak 7 responden, dan rata-rata omzet lebih dari Rp 20.000.000 sebanyak 5 responden.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif

Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif

Table 4.8 Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemahaman Pajak	100	28	43	38,39	2,169
Sanksi Perpajakan	100	30	48	43,31	2,666
Media Massa	100	24	38	33,30	2,603
Kepatuhan Wajib Pajak	100	35	49	43,52	2,115
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa nilai minimum pemahaman pajak sebesar 28, sanksi perpajakan sebesar 30, media massa sebesar 24 dan kepatuhan pajak sebesar 35. Nilai maximum pemahaman pajak sebesar 43, sanksi perpajakan sebesar 48, media massa sebesar 38 dan kepatuhan pajak sebesar 49. Nilai mean pemahaman pajak sebesar 38,39, sanksi perpajakan sebesar 43,31, media massa sebesar 33,30, dan nilai mean kepatuhan pajak sebesar 43,52.

4.2.2 Uji Kualitas Data

4.2.2.1 Uji Validitas

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas

Table 4.9 Variabel	Correlations			Keterangan
	Pernyataan	R-Tabel	R-Hitung	
Kepatuhan Pajak	Y1	0,1966	0,508	Valid
	Y2	0,1966	0,433	Valid
	Y3	0,1966	0,242	Valid
	Y4	0,1966	0,409	Valid

Table 4.9	Correlations			
Variabel	Pernyataan	R-Tabel	R-Hitung	Keterangan
	Y5	0,1966	0,210	Valid
	Y6	0,1966	0,248	Valid
	Y7	0,1966	0,343	Valid
	Y8	0,1966	0,435	Valid
	Y9	0,1966	0,422	Valid
Pemahaman Pajak	X1.1	0,1966	0,507	Valid
	X1.2	0,1966	0,415	Valid
	X1.3	0,1966	0,231	Valid
	X1.4	0,1966	0,325	Valid
	X1.5	0,1966	0,294	Valid
	X1.6	0,1966	0,366	Valid
	X1.7	0,1966	0,367	Valid
	X1.8	0,1966	0,373	Valid
	X1.9	0,1966	0,490	Valid
Sanksi Perpajakan	X2.1	0,1966	0,391	Valid
	X2.2	0,1966	0,392	Valid
	X2.3	0,1966	0,453	Valid
	X2.4	0,1966	0,322	Valid
	X2.5	0,1966	0,356	Valid
	X2.6	0,1966	0,274	Valid
	X2.7	0,1966	0,420	Valid
	X2.8	0,1966	0,506	Valid
	X2.9	0,1966	0,430	Valid
	X2.10	0,1966	0,454	Valid
Media Massa	X3.1	0,1966	0,430	Valid
	X3.2	0,1966	0,459	Valid
	X3.3	0,1966	0,319	Valid
	X3.4	0,1966	0,465	Valid
	X3.5	0,1966	0,418	Valid
	X3.6	0,1966	0,533	Valid
	X3.7	0,1966	0,410	Valid
	X3.8	0,1966	0,492	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan pada tabel 4.9 hasil uji validitas yang telah dilakukan terhadap variabel pemahaman pajak, sanksi perpajakan, media massa dan kepatuhan pajak dari tiap-tiap pernyataan yang digunakan dalam penelitian

semua dikatakan valid, hal ini diketahui bahwa tiap item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap item pernyataan klaim konsisten. Berikut hasil uji reliabilitas di bawah ini :

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas

<i>Tabel 4.10</i> Variabel	Nilai Crosalpha	R-hitung	Keterangan
Kepatuhan Pajak	0,70	0,893	Reliabel
Pemahaman Pajak	0,70	0,891	Reliabel
Sanksi Perpajakan	0,70	0,866	Reliabel
Media Massa	0,70	0,862	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai crosalpha dari tiap-tiap variabel lebih besar dari 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel yang artinya jawaban dari setiap responden konsisten.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas

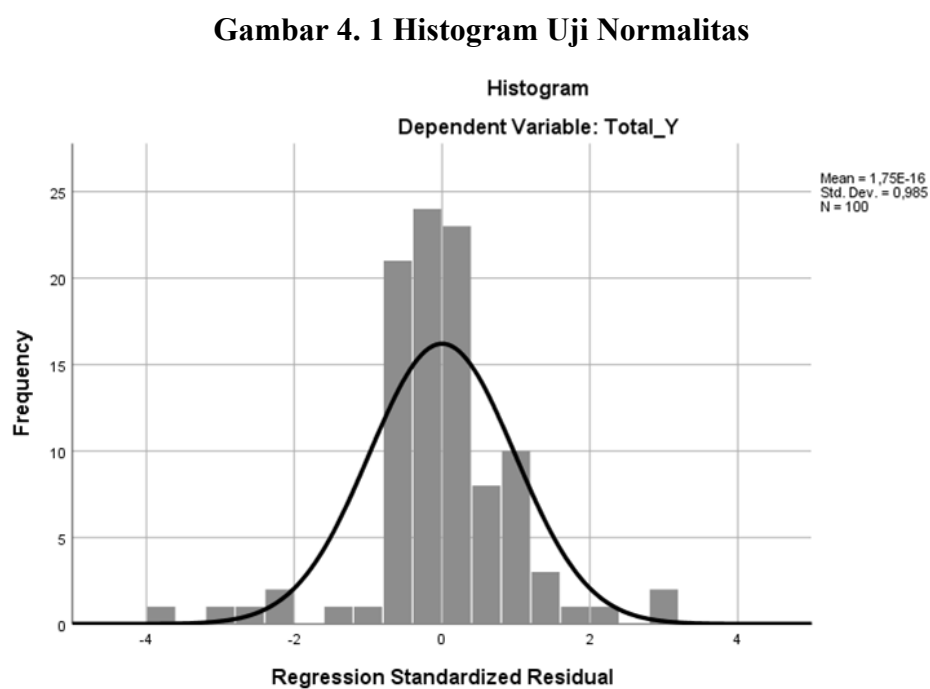
<i>Tabel 4.11 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	3.50006531
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.111
	Negative	-.140
Test Statistic		.140
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data primer diolah, 2026

Menurut Imam Ghozali (2021), pengujian normalitas tidak hanya dapat dilakukan melalui uji statistik, tetapi juga dapat dianalisis melalui grafik histogram dan Normal P-P Plot. Berdasarkan Tabel 4.11 hasil uji normalitas penggunaan metode Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga secara statistic residual belum berdistribusi normal. Namun demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini tergolong besar yaitu sebanyak 100 responden sehingga pengujian Kolmogrov-Smirnov cenderung sensitive terhadap penyimpangan kecil pada data residual. Selain itu, berdasarkan pendekatan Central Limit Theorem (CLT),

ukuran sampel yang cukup besar cenderung menghasilkan distribusi sampling yang mendekati normal sehingga model regresi relatif lebih robust terhadap penyimpangan normalitas. Hasil grafik histogram juga menunjukkan pola distribusi berbentuk menyerupai lonceng (bell-shaped), sedangkan grafik Normal P-P Plot menunjukkan titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut.

Berdasarkan grafik histogram terlihat bahwa pola distribusi datanya membentuk kurva yang mendekati normal. Berikut grafik Histogram di bawah ini :



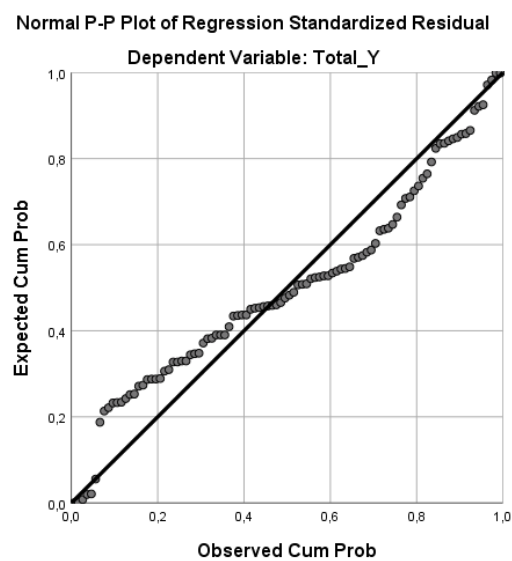
Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan gambar histogram uji normalitas, menunjukkan bahwa distribusi data residual membentuk pola menyerupai lonceng (bell-shaped) dan tidak condong secara ekstrim ke kiri maupun ke kanan. Hal ini menjelaskan

bahwa penyebaran data berada di sekitar nilai rata-rata dan mengikuti pola distribusi normal. Dengan demikian, disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu, pada grafik Normal P-P Plot. Berikut grafiknya di bawah ini:

Gambar 4. 2 Normal P-P Plot Uji Normalitas



Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan gambar di atas, grafik Normal P-P Plot terlihat bahwa titik-titik data residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Meskipun terdapat sedikit penyimpangan pada beberapa titik, namun secara keseluruhan pola penyebaran datanya tidak menunjukkan deviasi yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa secara visual distribusi residual masih mendekati distribusi normal sehingga model regresi dianggap layak digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi mendeteksi adanya hubungan antar variabel bebas. Korelasi yang kuat antara variabel independent dalam model regresi dengan adanya tanda bahwa variabel tersebut tidak terjadi kemiripan atau ortogonal. Variabel orthogonal merupakan variabel bebas yang berkorelasi 0 persen di antara mereka sendiri. Berikut hasil pengujian multikolinearitas :

Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pemahaman Pajak	.435	2.300
	Sanksi Perpajakan	.342	2.927
	Media Massa	.607	1.648
a. Dependent Variable: Kepatuhan Membayar Pajak			

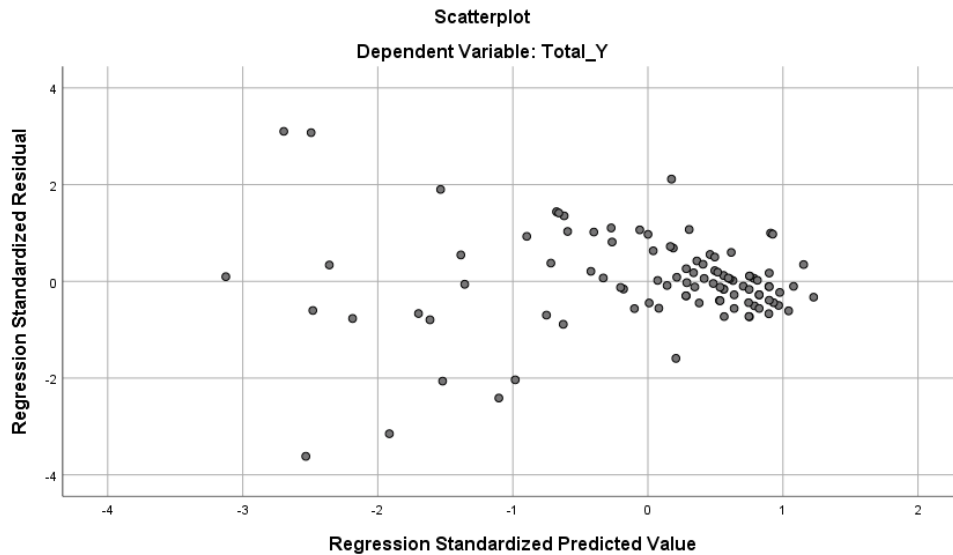
Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa tidak terdapat multikolinearitas atau korelasi antar variabel dependen karena nilai tolerance masing-masing dari tiap variabel lebih besar dari 0,01 dan VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya pada model regresi. Berikut hasil dari pengujian heteroskedastisitas :

Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan gambar 4.3 di atas bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.2.4 Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Berikut persamaan regresi linear berganda :

Tabel 4. 13 Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel 4.13 Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.831	2.557		1.890	.062
	Pemahaman Pajak	.388	.083	.393	4.664	.000
	Sanksi Perpajakan	.400	.104	.366	3.855	.000
	Media Massa	.212	.078	.195	2.731	.008

a. Dependent Variable: Kepatuhan Membayar Pajak

Sumber : Data primer diolah, 2026

Persamaan untuk regresi linear berganda dapat di cari dengan menggunakan tabel di atas : $Y = 4.831 + 0,388 + 0,400 + 0,212$ berikut penjelasan berdasarkan persamaan regresi tersebut :

1. Nilai konstanta sebesar 4,831. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa dianggap konstan atau bernilai nol, maka kepatuhan wajib pajak memiliki nilai sebesar 4,831.
2. Nilai koefisien variabel pemahaman pajak sebesar 0,388. Hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan skor variabel pemahaman pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,388 dengan asumsi variabel sanksi perpajakan dan media massa tetap.
3. Nilai koefisien variabel sanksi perpajakan sebesar 0,400. Hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan skor variabel sanksi perpajakan akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,400 dengan asumsi variabel pemahaman pajak dan media massa tetap.

4. Nilai koefisien variabel media massa sebesar 0,212. Hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan skor variabel media massa akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak sebesar 0,212 dengan asumsi variabel pemahaman pajak dan sanksi perpajakan tetap.

4.2.4.2 Uji simultan f

Uji statistik f bertujuan untuk mengidentifikasi apakah variabel independent secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji f :

Tabel 4. 14 Hasil Uji f

<i>Tabel 4.14 ANOVA^a</i>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2888.045	3	962.682	76.202	.000 ^b
	Residual	1212.795	96	12.633		
	Total	4100.840	99			
a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Kuliner						
b. Predictors: (Constant), Pemahaman pajak, Sanksi Perpajakan, Media Massa						

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil nilai signifikansi uji F statistik sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung sebesar 76,202. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

4.2.4.3 Uji Statistik t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara parsial. Berikut hasil pengujian statistik t :

Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik t

<i>Tabel 4.15 Coefficients^a</i>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.831	2.557		1.890	.062
	Pemahaman Pajak	.388	.083	.393	4.664	.000
	Sanksi Perpajakan	.400	.104	.366	3.855	.000
	Media Massa	.212	.078	.195	2.731	.008

a. Dependent Variable: Kepatuhan Membayar Pajak

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.15 hasil pengujian variabel pemahaman pajak memiliki nilai t hitung sebesar 4,664 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05, sehingga pemahaman pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sanksi perpajakan memiliki nilai t hitung sebesar 3,855 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Media massa memiliki nilai t hitung sebesar 2,731 dengan signifikansi sebesar 0,008 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga media massa berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen.

Berikut hasil pengujian koefisien determinasi :

Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Tabel 4.16 Model Summary</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,839 ^a	0,704	0,695	3,554
a. Predictors: (Constant), Pemahaman pajak, Sanksi Perpajakan, dan Media Massa				
b. Dependen Variable : Kepatuhan Membayar Pajak				

Sumber : Data primer diolah, 2026

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,695 mengartikan bahwa variabel pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa mampu menjelaskan kepatuhan wajib pajak membayar pajak sebesar 69,5 persen, sedangkan sisanya sebesar 30,5 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.3 Interpretasi Hasil

4.3.1 Pengaruh Pemahaman Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresi yang bernilai positif. Artinya, semakin tinggi pemahaman wajib pajak

mengenai prosedur dan peraturan perpajakan, maka akan semakin tinggi juga tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Pemahaman pajak merupakan kemampuan wajib pajak dalam mengetahui dan memahami ketentuan umum perpajakan, mulai dari perhitungan, pembayaran, hingga pelaporan pajak. Wajib pajak yang memiliki pemahaman yang baik akan lebih mudah dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya karena mereka mengetahui prosedur dan aturan yang telah berlaku. Selain itu, pemahaman yang baik juga dapat mengurangi kesalahan dalam pelaporan pajak sehingga meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori kepatuhan dalam temuan yang ditemukan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Puspitasari, 2024) menyatakan bahwa pemahaman pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini karena pemahaman pajak menjadi landasan utama dalam melakukan perhitungan dan pelaporan dengan tepat waktu. Selain itu, penelitian pada pelaku UMKM juga menemukan bahwa pemahaman pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan memenuhi kewajiban pajaknya, sehingga edukasi perpajakan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan (Daviq & Arif, 2024).

4.3.2 Pengaruh Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Peraturan bertujuan sebagai alat kontrol atau pencegahan sehingga tidak terjadi pelanggaran, sanksi perpajakan diperuntukkan kepada wajib pajak yang tidak mentaati peraturan perpajakan yang telah berlaku. Adanya sanksi

perpajakan akan membuat wajib pajak lebih berhati-hati untuk melanggar kewajiban perpajakan yang sudah dibuat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta koefisien regresi yang bernilai positif. Artinya, semakin tegas penerapan sanksi perpajakan, maka tingkat kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat.

Sanksi perpajakan ialah jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan akan dipatuhi oleh wajib pajak. Dengan adanya sanksi tegas, wajib pajak akan mempertimbangkan risiko yang timbul apabila tidak patuh terhadap kewajiban perpajakan. Hasil temuan ini sama dengan peneliti (Reynaldo & Ngadiman, 2025) bahwa sanksi perpajakan mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya agar terhindar dari konsekuensi administrasi.

4.3.3 Pengaruh Media Massa terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi sebesar 0,008 yang lebih kecil dari 0,05 serta koefisien regresi yang bernilai positif. Artinya, semakin efektif media massa dalam menyampaikan informasi perpajakan, maka semakin meningkat pula kepatuhan wajib pajak. Media massa merupakan sarana komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat secara luas, termasuk informasi mengenai perpajakan. Informasi yang disampaikan lewat media massa dapat

meningkatkan kesadaran pengetahuan wajib pajak mengenai pentingnya membayar pajak. Hasil temuan sejalan dengan peneliti (Yolanda, 2022) bahwa semakin baik penyampaian informasi perpajakan, maka kepatuhan wajib pajak akan semakin meningkat.

4.3.4 Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Media Massa terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini dibuktikan melalui hasil Uji F (ANOVA) yang memperoleh nilai F sebesar 76,202 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM sektor kuliner di Kota Semarang. Faktor internal berasal dari dalam diri wajib pajak, seperti pemahaman dan kesadaran pajak. Secara teoritis, kepatuhan pajak dijelaskan melalui Compliance Theory, yang menyatakan bahwa individu akan cenderung mematuhi peraturan apabila memiliki pemahaman yang baik mengenai kewajiban perpajakan serta adanya dorongan dari faktor eksternal, yaitu penerapan sanksi perpajakan dan penyampaian informasi melalui media massa. Dengan meningkatnya pemahaman wajib pajak mengenai kewajiban perpajakan, disertai kesadaran akan risiko sanksi perpajakan serta tersedianya informasi perpajakan yang akurat melalui media massa, maka tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakannya akan semakin meningkat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui dan menganalisis indikator pemahaman pajak, sanksi perpajakan dan media massa yang berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Perilaku wajib pajak dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pemahaman pajak menjadi faktor internal yang berperan penting dalam mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, sanksi perpajakan dan media massa merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam pengujian hipotesis. Penggunaan sampel sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa pemahaman pajak, sanksi perpajakan dan media massa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM Kota Semarang, baik dengan cara parsial maupun simultan. Nilai koefisiens determinan (Adjusted R Square) sebesar 0,695 menunjukkan bahwa variabel pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa mampu menjelaskan kepatuhan wajib pajak sebesar 69,5 persen, sedangkan sisanya sebesar 30,5 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

5.2.1 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang berkaitan dengan penggunaan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Data yang diperoleh sangat bergantung pada persepsi, pemahaman, dan tingkat kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan, sehingga memungkinkan terjadinya bias subjektivitas. Selain itu, adanya kemungkinan responden kurang memahami beberapa pertanyaan juga dapat mempengaruhi ketepatan jawaban yang diberikan. Pengisian kuesioner yang dilakukan secara mandiri tanpa pengawasan langsung juga berpotensi menyebabkan responden menjawab secara kurang teliti, sehingga hasil yang diperoleh mungkin belum sepenuhnya mencerminkan kondisi sebenarnya.

5.2.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi wajib pajak

Diharapkan wajib pajak dapat meningkatkan pemahaman mengenai peraturan perpajakan agar dapat memenuhi kewajiban perpajakannya dengan baik dan benar. Pemahaman yang baik akan mendorong peningkatan kepatuhan wajib pajak secara sukarela.

2. Bagi instansi perpajakan

Instansi perpajakan diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi dan penyebaran informasi perpajakan melalui media massa baik media sosial,

website resmi, maupun media lainnya agar informasi perpajakan dapat diterima secara luas oleh masyarakat. Selain itu, penerapan sanksi perpajakan juga perlu dilakukan secara tegas dan konsisten untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak seperti kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan fiskus, atau tingkat kepercayaan kepada pemerintah. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat memperluas jumlah responden dan objek penelitian agar hasil penelitian lebih generalizable.

5.3 Implikasi

Adapun implikasi dari penelitian yang telah dilakukan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Implikasi Ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pajak, sanksi perpajakan, dan media massa secara bersama-sama memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM sektor kuliner di Kota Semarang. Hal ini mengindikasikan bahwa kepatuhan wajib pajak pelaku usaha kuliner turut berkontribusi pada penerimaan pajak dan mendukung pembiayaan pembangunan serta stabilitas perekonomian local. Oleh karena itu, Upaya peningkatan kesadaran dan kepatuhan pajak pada pelaku UMKM perlu terus didorong agar daya penerimaan pajak dapat terserap secara optimal.

2. Implikasi Kebijakan Pemerintah

Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi pemerintah daerah dan otoritas perpajakan dalam merencanakan kebijakan yang lebih efektif untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM. Temuan mengenai peran pemahaman pajak dan sanksi perpajakan menunjukkan bahwa pendekatan edukatif dan penegakan aturan yang konsisten perlu dilakukan secara bersamaan. Selain itu, pemanfaatan media massa sebagai sarana sosialisasi perpajakan dapat menjadi langkah komunikasi yang efisien untuk menjangkau pelaku usaha kuliner secara luas, khususnya di wilayah Kota Semarang.

3. Implikasi Akademis

Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepatuhan perpajakan, khususnya pada segmen UMKM di sektor kuliner. Penelitian lanjutan dapat meneliti variabel-variabel lain yang belum di kaji, seperti kualitas pelayanan fiskus, penggunaan media sosial sebagai alternatif media massa, atau perbandingan tingkat kepatuhan antar sektor usaha. Dengan demikian, kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak UMKM dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih luas bagi ilmu perpajakan dan kebijakan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Rahmawati, & Eprianto. (2023). - Literature Review: Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, dan Pemahaman Peraturan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Economia*.
- Akbar et al.,. (2024). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*.
- Alm, J. (2023). Tax Compliance, technology, trust, and inequatlity in a post-pandemic world. *ejournal of tax research*.
- Anggraeni, V., & Lenggono, T. (2021). Pengaruh implementasi PP No 23 tahun 2018, pemahaman perpajakan, dan modernisasi sistem administrasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi: Transparansi dan Akuntabilitas*, 9(1), 96–108.
- Anugrah, M. S. A., & Fitriandi, P. (2022). Analisis kepatuhan pajak berdasarkan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Info Artha*, 6(1), 1–12.
- Arifa, I., & Panggabean, N. A. (2025). Peran UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian Nasional. *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*.
- Cangara, H. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta.
- Dami, M., & Won0302da, F. (2022). Pengaruh pemahaman perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Analisis*, 12(2), 123–134.
- Daviq, M. A., & Arif, A. (2024). Tingkat Pemahaman Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Membayar Pajak UMKM. *Pendidikan Tambusai*.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2021). *Kepatuhan yang Dipaksakan vs Kepatuhan Sukarela*. Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Provinsi Jawa Tengah.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2024). *Statistik kepatuhan pajak UMKM 2024*. Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Provinsi Jawa Tengah.
- Direktorat Jenderal Pajak Jateng. (2024). *Laporan kepatuhan pajak UMKM Semarang*. Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Provinsi Jawa Tengah.
- Direktorat Jenderal Pajak, J. (2024). *Laporan kepatuhan pajak UMKM Semarang*. Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Provinsi Jawa Tengah.

- Ekaputra, A., & Triyani, N. (2025). Kepatuhan perpajakan pada UMKM ditinjau dari aspek pemahaman pajak dan kebijakan tarif pajak: Systematic literature review. *Jurnal Entitas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1).
- Ermawati, Y., Sonjaya, Y., Sutisman, E., & Sari, K. P. (2022). Peran religiusitas, sanksi pajak, pengetahuan perpajakan, dan kualitas pelayanan pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance (NCAF)*. Universitas Islam Indonesia.
- Fenesanjus, P. N., & Riharjo, I. B. (2023). Pengaruh pemahaman pajak, sanksi pajak, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 12(8).
- Fitriani, & Hidayat. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan melalui Media Sosial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2021). *Basic Econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Hakim. (2024). UMKM PENGGERAK RODA PEREKONOMIAN NASIONAL. *Public Administration Journal*.
- Hermawan, S. (2021). Theory of Planned Behavior, Information Technology, and Taxpayer Compliance. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*.
- Inasius, F. (2020). Factors Influencing SME Tax Compliance: Evidence from Indonesia. *International Journal of Public Administration*.
- Jateng, H. (2025). *UMKM Jadi Penopang Pertumbuhan Ekonomi Jawa Tengah*.
- Kurniawan, D., & Nugroho, V. (2021). Taxpayer compliance: Tax services, tax knowledge and firmness of tax sanctions. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, Universitas Tarumanagara.
- Maulana, G. W. (2020). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Pajak pada Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomis*.
- Nur, A., Frestyani, N. A., & Alfiqi, M. R. (2025). Pengaruh Kebijakan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Jurnal ANC*.
- OECD. (2020). *Tax Compliance Framework*. Paris: OECD Publishing.
- Purba, W. N., & Siregar, F. R. (2025). Pengaruh Media Massa terhadap Penegakan Hukum Pidana. *Journal of Academic Literature Review*.
- Puspitasari. (2024). Pengaruh Pemahaman Pajak, Kesadaran Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Media Akuntansi Perpajakan*.

- Putra, M. A. (2025). 1Jurnal ekonomi kiat Volume: 36, Issue:1, 2025© UIR PressISSN: 1410-3834e-ISSN: 2597 Analisis ekonomi UMKM Harapan dan Emak Kriuk di Desa Lokasi Baru Kabupaten Selum, Bengkulu. *Jurnal ekonomi kiat*.
- Putri, R. A., Ramadhani, D., & Hidayat, R. (2024). Pengaruh pemahaman perpajakan, sanksi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan dan Tata Kelola Perusahaan*, 2(1).
- Reynaldo, & Ngadiman. (2025). Analisis jalur pengaruh pelayanan fiskus, sanksi pajak terhadap kepatuhan dengan kesadaran wajib pajak sebagai mediasi. *Kontemporer Akuntansi*.
- Rusli, Y. M., & Nainggolan, P. (2021). Pentingnya pengetahuan pajak dan sosialisasi pajak kepada calon wajib pajak masa depan. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 136.
- Sambodo, B., & Shinta, M. (2021). Pengaruh tingkat pemahaman dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di kabupaten bintang. *jurnal dms*.
- Siregar, A. A. H., Syahfitri, N. N., & Apriliani, R. R. (2025). Pengaruh pengetahuan perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pajak pada sektor UMKM: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi.
- Sriniyati, S. (2020). Pengaruh moral pajak, sanksi pajak, dan kebijakan pengampunan pajak terhadap kepatuhan pajak wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 8(1), 14–23.
- Suci, Putri, & Eprianto. (2023). Pengaruh kesadaran pajak, sosialisasi pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Economina*.
- Sutari, & Urumsah, D. (2022). Model konseptual faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak wajib pajak orang pribadi. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance (NCAF)*, 4, 192–200.
- Widodo, E. (2024). Tax Amnesty programs and their effectiveness in emerging markets. *International Journal of Business and Society*.
- Yolanda. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak Dan Penerapan E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Literasi Akuntansi*.
- Yudha, e. a. (2025). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Pelaporan Pajak pada UMKM di Kota Surakarta. *Jurnal Mufakat*.

LAMPIRAN- LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Media Massa terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Sektor Kuliner Di Kota Semarang”

Kata Pengantar

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswa yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini dengan jujur dan apa adanya.

Data yang diperoleh dari kuesioner ini semata-mata hanya digunakan untuk keperluan akademik dan akan dijaga kerahasiaannya. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, karena kuesioner ini hanya mengukur pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Nama Peneliti	:	<u>Citra Mayang Sari</u>
NIM	:	<u>40011422650181</u>
Program Studi	:	<u>Sekolah Vokasi</u>
Universitas	:	<u>Universitas Diponegoro</u>
Email / No. HP	:	<u>cmayang Sari8@gmail.com/082215885935</u>

KUESIONER PENELITIAN
“Pengaruh Pemahaman Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Media Massa terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Sektor Kuliner Di Kota Semarang”

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama (Inisial) :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Pendidikan Terakhir :
4. Usia :
5. Jenis Usaha Kuliner :
6. Lama Usaha Berjalan :
7. Rata-rata omzet per bulan :

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap pernyataan dengan seksama sebelum menjawab.
2. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda.
3. Setiap pernyataan hanya memiliki satu jawaban.
4. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, jawablah sesuai keadaan Anda yang sebenarnya.

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Lampiran Link & QR Code Google Form

Kuesioner penelitian ini disebarakan secara daring (online) melalui Google Form dengan detail sebagai berikut:

Link Google Form:

<https://bit.ly/kuesionerUMKMKulinerr>

Periode Penyebaran:

17 Maret 2026 s.d. 02 April 2026

Jumlah Responden:

100 responden

Platform Penyebaran:

WhatsApp / Instagram / Tiktok

QR Code Google Form



Cara Mengakses Kuesioner:

1. Ketik atau salin link di atas pada browser (Chrome, Firefox, dll.)
2. Atau scan QR Code menggunakan kamera smartphone
3. Isi semua pertanyaan, kemudian klik tombol Kirim

Catatan: Link dan QR Code di atas aktif selama periode penelitian berlangsung. Setelah periode berakhir, form akan ditutup secara otomatis.

Pertanyaan Variabel Penelitian

Kepatuhan Wajib Pajak

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya selalu membayar Pajak Penghasilan (PPH) atas omzet usaha kuliner saya sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku					
2	Saya membayar pajak tepat waktu sesuai dengan ketentuan yang berlaku					
3	Saya menghitung pajak usaha kuliner saya sesuai dengan peraturan perpajakan					
4	Saya melaporkan kewajiban perpajakan usaha saya secara tepat waktu					
5	Saya tidak pernah sengaja menghindari kewajiban membayar pajak					
6	Saya menyimpan bukti pembayaran pajak sebagai dokumentasi					
7	Saya berusaha memenuhi kewajiban perpajakan meskipun penghasilan usaha tidak selalu stabil					
8	Saya merasa bahwa membayar pajak merupakan tanggung jawab sebagai pelaku usaha					
9	Saya tetap berusaha mematuhi kewajiban pajak walaupun tidak ada pengawasan langsung					

Pemahaman Pajak

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui bahwa pelaku UMKM sektor kuliner memiliki kewajiban membayar pajak kepada negara					
2	Saya memahami bahwa usaha kuliner yang saya jalankan termasuk dalam kategori UMKM yang dikenakan pajak					
3	Saya mengetahui bahwa tarif Pajak Penghasilan (PPH Final) yang dikenakan kepada UMKM mengikuti ketentuan perpajakan yang berlaku sesuai peraturan pemerintah.					
4	Saya memahami cara menghitung pajak dari penghasilan usaha kuliner yang saya jalankan					
5	Saya memahami prosedur pembayaran Pajak Penghasilan (PPH), mulai dari pembuatan kode billing, pembayaran melalui bank atau kanal pembayaran resmi, hingga memperoleh bukti pembayaran					

6	Saya mengetahui cara melaporkan pajak usaha yang saya jalankan					
7	Saya mengetahui batas waktu pembayaran dan pelaporan pajak UMKM					
8	Saya memahami kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi sebagai pelaku UMKM					
9	Saya merasa memiliki pengetahuan yang cukup mengenai peraturan perpajakan bagi UMKM					

Sanksi Perpajakan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui bahwa wajib pajak yang tidak membayar pajak dapat dikenakan sanksi					
2	Saya mengetahui bahwa keterlambatan pembayaran Pajak Penghasilan (PPh) dapat dikenai sanksi administrasi berupa bunga sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku.					
3	Saya mengetahui bahwa keterlambatan pembayaran Pajak Penghasilan (PPh) dikenai sanksi administrasi berupa bunga sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku.					
4	Saya merasa bahwa sanksi perpajakan yang diberikan kepada wajib pajak sudah cukup tegas					
5	Saya percaya bahwa sanksi pajak dapat membuat wajib pajak lebih patuh					
6	Saya merasa bahwa adanya sanksi pajak membuat pelaku usaha lebih disiplin membayar pajak					
7	Saya merasa takut dikenakan sanksi apabila tidak memenuhi kewajiban perpajakan					
8	Saya menilai bahwa penerapan sanksi pajak penting untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak					
9	Saya percaya bahwa sanksi pajak dapat mencegah pelaku usaha menghindari pajak					
10	Saya terdorong untuk membayar pajak tepat waktu karena adanya sanksi perpajakan					

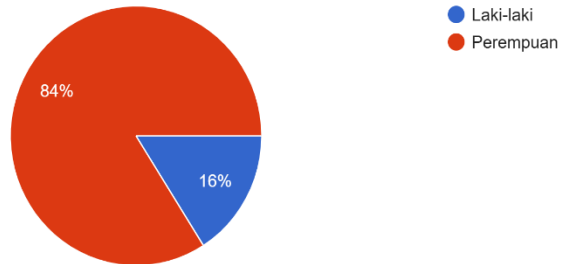
Media Massa

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Informasi pajak yang saya lihat melalui baliho atau spanduk meningkatkan kesadaran saya tentang kewajiban pajak					
2	Saya pernah memperoleh informasi mengenai pajak melalui televisi					
3	Informasi pajak yang disampaikan melalui televisi membantu saya memahami kewajiban perpajakan					
4	Saya pernah membaca informasi mengenai pajak pada surat kabar					
5	Informasi perpajakan melalui surat kabar menambah pengetahuan saya tentang pajak					
6	Saya pernah mendengar informasi mengenai pajak melalui radio					
7	Informasi perpajakan melalui radio meningkatkan kesadaran saya untuk membayar pajak					
8	Poster atau media sosialisasi pajak yang saya lihat mendorong saya untuk memenuhi kewajiban perpajakan					

Lampiran Diagram Responden Google Form

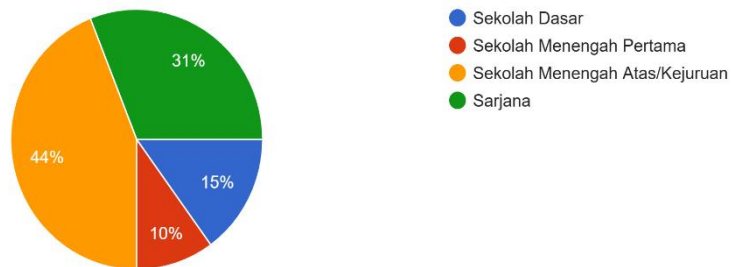
Jenis Kelamin

100 jawaban



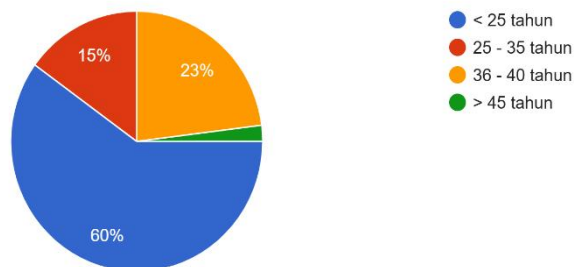
Pendidikan Terakhir

100 jawaban



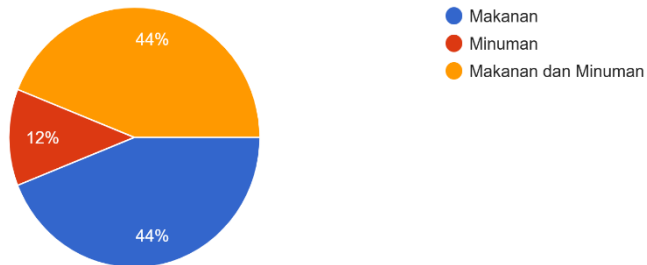
Usia

100 jawaban



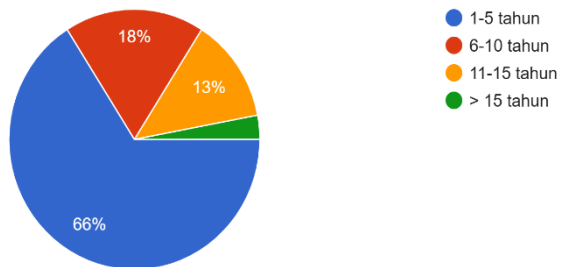
Jenis Usaha Kuliner

100 jawaban



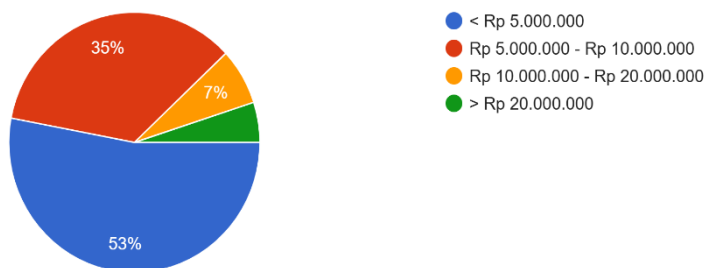
Lama Usaha Berjalan

100 jawaban



Rata-rata omzet per bulan

100 jawaban



Lampiran 2 Tabulasi Responden Penelitian

Pemahaman Pajak									
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total x1
2	2	2	2	3	2	2	2	2	19
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	5	3	4	4	5	4	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
5	4	4	3	3	4	5	5	3	36
4	3	2	3	3	3	3	3	3	27
4	4	5	4	3	4	4	5	4	37
4	3	3	2	3	2	2	4	3	26
4	3	2	2	2	2	2	2	2	21
5	5	5	4	5	4	4	5	5	42
1	1	1	1	1	2	1	1	3	12
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	3	4	4	4	2	4	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	3	4	5	4	5	4	4	5	38
5	1	5	5	5	5	5	5	5	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	4	4	5	4	4	5	4	39
4	2	3	3	3	2	3	3	2	25
5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
5	5	4	4	5	5	4	4	4	40
3	3	2	3	3	3	3	3	2	25
5	4	4	3	3	3	3	4	3	32
2	2	2	1	2	1	2	2	2	16
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	2	2	2	2	2	4	2	23
5	4	5	5	5	4	5	5	5	43
2	1	5	4	4	5	5	5	4	35
4	5	4	4	5	4	2	4	3	35
4	5	4	4	5	4	5	4	5	40
4	4	5	3	4	4	5	4	5	38
3	2	4	1	4	4	4	4	5	31
4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
2	2	1	3	4	3	4	4	3	26
4	4	5	4	5	5	5	4	4	40
5	5	4	5	4	5	4	5	4	41
4	3	3	4	5	4	4	3	4	34
4	4	3	5	4	4	4	5	5	38
3	4	4	5	5	3	4	5	4	37
4	5	4	4	4	5	5	4	5	40

Pemahaman Pajak									
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total x1
5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	5	5	4	4	4	40
5	4	4	5	4	5	5	5	4	41
5	5	3	4	3	5	5	4	4	38
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
4	5	4	4	4	5	4	5	4	39
4	5	4	3	5	4	5	4	5	39
5	4	4	3	4	5	4	5	4	38
4	4	5	4	4	5	3	4	4	37
5	5	4	3	4	5	3	4	4	37
2	1	2	2	3	3	2	3	3	21
2	4	4	4	4	3	4	4	4	33
4	4	5	5	5	5	4	3	3	38
4	4	5	4	5	4	4	5	4	39
5	4	3	3	4	4	5	5	3	36
5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
4	4	2	2	4	4	2	5	5	32
4	4	5	4	5	4	5	4	5	40
3	2	2	2	1	2	1	2	2	17
5	4	5	5	4	5	5	4	5	42
4	4	5	5	4	5	4	4	5	40
4	5	5	4	4	5	4	4	4	39
5	1	5	5	5	4	5	4	5	39
4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
4	4	5	5	4	4	4	5	4	39
5	4	4	4	3	2	4	4	1	31
4	4	4	5	5	4	4	4	3	37
3	3	4	4	5	5	5	4	3	36
3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
5	5	5	4	4	4	5	5	5	42
4	4	5	4	5	4	5	4	5	40
4	4	4	3	5	4	4	5	4	37
4	4	5	4	5	4	5	4	4	39
4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
4	5	4	2	5	4	5	5	4	38
5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
5	5	4	4	4	5	5	5	4	41
3	4	4	5	3	5	4	4	5	37
4	5	4	4	3	5	3	5	4	37
4	3	5	2	4	5	3	4	4	34
5	4	4	5	5	4	5	4	3	39

Pemahaman Pajak									
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total x1
5	4	4	5	5	3	4	5	3	38
5	5	4	5	4	4	5	5	4	41
4	4	5	5	5	4	4	5	5	41
5	4	5	5	4	4	5	4	4	40
5	4	4	4	5	5	4	5	5	41
1	5	2	4	1	5	5	1	2	26
5	4	5	5	4	5	4	3	4	39
4	5	3	4	5	4	5	4	5	39
4	5	3	2	3	3	5	4	4	33
5	5	4	3	4	5	5	5	4	40
2	5	4	5	3	4	5	4	5	37
4	5	3	4	5	3	4	5	4	37
2	3	3	5	4	3	5	4	4	33
4	4	4	4	3	3	4	4	2	32
4	3	2	3	2	3	3	4	3	27
5	4	4	5	4	4	5	5	4	40
3	2	4	3	2	4	4	5	3	30

Sanksi Perpajakan										
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total x2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	40
2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	44
4	4	4	3	2	3	5	5	3	4	37
4	4	2	5	3	5	5	3	4	4	39
4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	45
1	2	3	3	1	5	5	5	3	3	31
2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	22
5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	46
4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	46
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45

Sanksi Perpajakan										
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total x2
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
5	5	4	4	3	3	4	4	3	4	39
4	2	2	2	4	4	4	5	4	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	36
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	47
4	4	5	2	3	3	4	3	3	4	35
2	3	2	4	4	4	5	4	4	4	36
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	44
4	2	2	4	5	4	5	4	4	5	39
1	5	4	3	4	4	1	4	3	5	34
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
5	4	4	3	4	3	5	5	4	5	42
4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	45
4	5	4	4	5	3	3	4	5	4	41
4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	46
4	5	3	5	3	5	4	5	5	5	44
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	43
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	46
4	5	4	5	3	5	4	5	3	4	42
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44
3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	45
5	5	4	3	4	4	5	4	3	4	41
5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	45
4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	46
2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	25
5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	44
3	4	3	5	5	5	5	5	4	5	44
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	44
5	5	4	4	5	4	5	4	5	3	44
5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46
4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	46
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	40
5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	45

Sanksi Perpajakan										
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total x2
5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	43
4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	45
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
5	4	2	3	4	4	5	4	3	5	39
4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	40
4	4	3	4	5	5	5	4	3	5	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	46
4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46
5	5	3	3	4	4	5	4	4	5	42
4	5	4	4	3	3	5	4	4	5	41
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46
4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	45
5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	46
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	42
5	4	4	5	3	3	1	4	5	5	39
5	3	4	5	2	4	4	5	3	5	40
5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	46
4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	44
4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45
3	4	4	4	5	4	5	3	5	5	42
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	44
5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	46
1	5	2	4	5	1	2	4	5	4	33
5	5	4	3	4	5	5	4	2	4	41
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	3	5	5	4	3	5	4	3	3	39
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	44
5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	44
4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	45
4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	44
3	4	4	4	5	5	4	3	3	4	39
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	46
5	4	3	3	5	5	4	4	3	4	40

Media Massa								
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total X3
3	3	2	3	2	3	2	3	21
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	2	3	2	3	4	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	4	3	4	2	4	4	29
4	4	4	3	4	3	3	3	28
4	5	4	4	5	2	3	4	31
2	2	2	2	3	2	1	3	17
5	5	5	4	5	2	2	5	33
5	4	4	4	5	5	5	4	36
2	2	5	4	3	3	2	3	24
3	3	2	2	2	3	2	2	19
4	2	2	4	5	5	5	5	32
5	5	5	3	2	2	3	4	29
3	4	4	2	2	2	2	5	24
5	4	1	5	1	1	1	5	23
3	4	3	2	3	2	3	3	23
4	4	4	5	5	2	4	5	33
3	3	3	3	3	2	2	3	22
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	5	5	35
3	1	1	1	1	1	1	1	10
3	3	3	3	3	3	3	4	25
4	5	2	4	3	1	1	4	24
3	3	4	4	3	4	4	4	29
4	3	3	2	2	2	2	3	21
3	3	3	3	3	2	3	2	22
3	5	5	5	4	5	5	5	37
4	2	2	1	2	2	2	3	18
2	4	5	2	4	3	2	4	26
5	4	5	5	5	4	5	4	37
4	4	5	4	5	2	3	4	31
5	4	4	4	4	5	4	5	35
4	5	4	5	4	5	4	3	34
4	3	4	5	4	4	4	3	31
5	4	4	3	5	3	4	5	33
4	4	5	5	4	5	4	5	36
4	4	3	4	5	3	4	4	31
5	5	5	4	4	4	4	5	36
5	4	3	4	5	4	5	5	35
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	3	2	4	4	2	2	5	26

Media Massa								
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total X3
5	4	4	4	5	4	4	5	35
4	4	5	4	4	5	4	5	35
5	4	3	5	4	5	3	5	34
3	3	4	4	5	5	3	4	31
5	4	4	5	3	5	4	3	33
4	5	5	5	4	5	3	5	36
3	2	2	1	2	1	1	4	16
3	4	4	5	4	5	5	4	34
5	5	4	4	3	5	4	3	33
2	3	4	3	2	2	4	4	24
4	4	4	4	5	4	5	5	35
3	4	4	3	3	2	2	5	26
4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	3	5	3	4	3	5	5	32
5	4	5	4	5	4	5	5	37
5	5	4	4	4	5	5	5	37
4	5	4	5	4	3	3	5	33
4	3	5	4	4	3	4	5	32
5	4	4	5	4	5	5	4	36
5	4	5	5	4	5	4	4	36
3	4	4	3	3	4	5	5	31
4	5	5	5	4	5	3	5	36
5	4	4	4	4	5	5	4	35
4	5	4	4	5	4	4	5	35
3	2	3	4	4	4	3	4	27
2	3	3	3	3	2	2	5	23
3	5	4	3	4	3	3	3	28
3	3	3	3	3	2	2	3	22
3	4	4	5	5	4	4	4	33
4	5	5	5	5	4	5	5	38
4	4	4	3	4	2	3	4	28
3	4	5	5	4	4	5	5	35
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	5	2	4	2	2	3	4	26
5	4	5	4	4	5	4	5	36
4	5	4	5	4	5	4	5	36
5	4	5	4	4	4	4	5	35
4	5	4	3	5	5	5	4	35
3	1	3	1	1	2	1	3	15
5	1	3	4	4	3	4	3	27
3	4	5	5	4	4	5	4	34
5	4	4	5	4	4	5	5	36

Media Massa								
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total X3
4	4	5	5	4	5	4	5	36
4	4	4	5	4	4	3	4	32
5	4	4	5	4	5	5	4	36
3	4	3	3	4	2	4	4	27
5	2	4	1	5	2	4	5	28
3	2	3	4	4	3	5	4	28
4	5	4	3	4	3	4	5	32
5	5	4	5	3	4	4	4	34
4	4	4	5	4	2	2	5	30
5	4	5	5	4	3	5	5	36
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	5	4	4	5	5	4	4	35
5	4	3	4	4	3	3	4	30
4	5	3	4	3	4	4	4	31
5	4	4	5	4	5	5	4	36
4	5	5	4	4	4	3	3	32

Kepatuhan Wajib Pajak									
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Total Y
2	3	2	3	3	2	3	2	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	3	5	5	4	43
3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	4	4	4	4	5	5	5	45
5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	4	5	5	4	44
3	4	3	2	4	1	1	2	3	26
2	2	2	3	4	2	2	4	2	27
5	5	4	4	4	5	5	4	4	45
2	2	1	3	5	5	5	5	5	38
3	3	3	2	3	3	2	2	2	26
4	4	3	4	5	5	5	5	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	4	5	5	4	4	4	44
1	5	5	5	5	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	5	5	4	4	5	46
2	2	1	1	3	1	1	2	1	15
4	3	4	3	4	3	3	4	3	35

Kepatuhan Wajib Pajak									
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Total Y
2	2	2	1	4	2	3	5	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	4	3	5	5	5	5	5	5	47
2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
4	4	3	4	5	4	4	5	4	42
5	4	4	5	5	4	4	5	4	44
4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
5	4	3	5	5	5	4	5	4	44
3	4	3	4	5	4	4	5	4	40
5	5	4	4	4	5	4	4	4	44
5	5	4	5	4	4	5	4	5	46
4	3	4	3	4	4	5	4	3	39
4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
4	5	5	4	5	4	5	5	4	45
4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
4	4	5	4	3	5	4	4	5	42
4	5	4	4	4	4	4	5	5	44
4	4	5	4	5	4	4	5	5	45
5	4	3	5	4	5	5	4	3	42
4	4	5	5	4	4	5	5	5	45
4	5	5	4	5	5	4	4	5	45
4	4	5	5	5	5	3	4	4	43
4	5	5	4	3	5	4	5	4	43
4	4	5	3	4	5	4	5	5	43
3	5	5	5	4	5	3	4	4	42
2	4	4	4	4	5	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	1	4	4	37
5	4	4	3	3	5	5	5	4	43
4	4	5	4	5	4	5	4	4	43
5	5	4	5	5	5	4	5	5	47
5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
2	4	4	5	5	5	5	5	5	45
4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
3	4	3	4	3	3	3	3	4	34
5	5	4	5	4	5	4	4	5	45
5	4	4	5	5	4	4	5	4	44
5	4	4	5	5	5	4	5	4	45
5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
4	4	4	5	5	5	5	5	4	46

Kepatuhan Wajib Pajak									
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Total Y
4	5	4	5	5	5	4	4	4	44
5	5	4	4	4	4	4	4	5	43
4	4	5	5	4	5	4	4	5	44
4	4	5	5	4	5	5	4	5	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	4	5	5	4	5	46
5	5	4	4	5	4	4	3	4	42
4	5	5	4	5	4	4	5	4	44
4	5	5	4	5	4	4	4	5	45
5	5	4	4	2	4	4	5	5	43
5	5	4	5	4	5	4	5	5	46
4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
3	4	5	4	4	4	5	5	4	43
5	4	5	4	4	5	4	5	4	43
4	4	5	3	4	2	4	4	5	40
5	3	4	5	5	4	4	5	4	43
5	4	4	5	4	4	5	5	4	45
5	4	4	5	4	5	5	4	4	44
5	5	4	4	4	5	4	4	5	45
5	4	4	5	4	4	5	4	5	45
5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
4	5	2	1	5	5	4	2	4	36
4	4	5	4	5	4	3	4	5	42
4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
4	4	3	5	3	4	4	5	3	40
5	5	5	4	4	4	5	5	4	46
4	5	4	4	4	5	3	4	5	43
4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
5	3	4	3	4	5	4	5	5	42
5	4	4	4	5	5	4	5	4	45
3	4	3	3	4	4	3	3	4	35
5	5	4	5	4	5	4	5	5	47
3	4	5	5	5	4	3	3	4	40

Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemahaman Pajak	100	28	43	38,39	2,169
Sanksi Perpajakan	100	30	48	43,31	2,666
Media Massa	100	24	38	33,30	2,603
Kepatuhan Wajib Pajak	100	35	49	43,52	2,115
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 4 Hasil Uji Korelasi (Corelation)

Variabel X1 Pemahaman Pajak

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,142	,039	,046	-,041	,084	,260**	,140	,084	,507**
	Sig. (2-tailed)		,160	,700	,652	,686	,405	,009	,165	,406	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,142	1	-,108	-,126	-,130	,181	,032	,319**	,120	,415**
	Sig. (2-tailed)	,160		,285	,211	,198	,072	,753	,001	,234	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,039	-,108	1	-,004	,150	-,077	-,096	-,197*	,072	,231*
	Sig. (2-tailed)	,700	,285		,965	,135	,445	,344	,049	,479	,021
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,046	-,126	-,004	1	-,012	,064	-,037	,003	,139	,325**
	Sig. (2-tailed)	,652	,211	,965		,908	,527	,715	,976	,169	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	-,041	-,130	,150	-,012	1	-,121	,071	,025	-,005	,294**
	Sig. (2-tailed)	,686	,198	,135	,908		,230	,483	,806	,965	,003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,084	,181	-,077	,064	-,121	1	-,042	,009	,089	,366**
	Sig. (2-tailed)	,405	,072	,445	,527	,230		,681	,932	,377	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,260**	,032	-,096	-,037	,071	-,042	1	-,026	,104	,367**
	Sig. (2-tailed)	,009	,753	,344	,715	,483	,681		,796	,301	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	,140	,319**	-,197*	,003	,025	,009	-,026	1	,030	,373**
	Sig. (2-tailed)	,165	,001	,049	,976	,806	,932	,796		,768	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	,084	,120	,072	,139	-,005	,089	,104	,030	1	,490**
	Sig. (2-tailed)	,406	,234	,479	,169	,965	,377	,301	,768		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	,507**	,415**	,231*	,325**	,294**	,366**	,367**	,373**	,490**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,021	,001	,003	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel X2 Sanksi Perpajakan

		Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,067	,224*	,021	-,162	-,115	,270**	,117	,005	,216*	,391**
	Sig. (2-tailed)		,509	,025	,833	,107	,253	,007	,247	,958	,031	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,067	1	,045	-,102	,064	,081	,077	,237*	,108	,129	,392**
	Sig. (2-tailed)	,509		,653	,312	,526	,421	,447	,018	,283	,202	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,224*	,045	1	,044	,003	-,067	,237*	,117	,163	,026	,453**
	Sig. (2-tailed)	,025	,653		,665	,978	,506	,018	,246	,104	,800	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,021	-,102	,044	1	-,071	-,012	,008	,172	,104	,017	,322**
	Sig. (2-tailed)	,833	,312	,665		,480	,906	,934	,088	,303	,865	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	-,162	,064	,003	-,071	1	,152	,008	,108	,223*	,001	,356**
	Sig. (2-tailed)	,107	,526	,978	,480		,131	,937	,284	,026	,990	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	-,115	,081	-,067	-,012	,152	1	-,091	,103	-,011	,035	,274**
	Sig. (2-tailed)	,253	,421	,506	,906	,131		,367	,306	,912	,727	,006
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	,270**	,077	,237*	,008	,008	-,091	1	,126	-,076	,178	,420**
	Sig. (2-tailed)	,007	,447	,018	,934	,937	,367		,213	,455	,076	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	,117	,237*	,117	,172	,108	,103	,126	1	-,030	,177	,506**
	Sig. (2-tailed)	,247	,018	,246	,088	,284	,306	,213		,765	,078	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	,005	,108	,163	,104	,223*	-,011	-,076	-,030	1	,106	,430**
	Sig. (2-tailed)	,958	,283	,104	,303	,026	,912	,455	,765		,293	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	,216*	,129	,026	,017	,001	,035	,178	,177	,106	1	,454**
	Sig. (2-tailed)	,031	,202	,800	,865	,990	,727	,076	,078	,293		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	,391**	,392**	,453**	,322**	,356**	,274**	,420**	,506**	,430**	,454**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,006	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel X3 Media Massa

		Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,088	-,099	,064	,196	,041	,047	,163	,430**
	Sig. (2-tailed)		,382	,328	,526	,051	,686	,645	,104	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,088	1	-,001	,082	,164	,260**	-,018	,086	,459**
	Sig. (2-tailed)	,382		,993	,420	,103	,009	,856	,393	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	-,099	-,001	1	,133	,028	,022	,076	,085	,319**
	Sig. (2-tailed)	,328	,993		,187	,781	,826	,455	,401	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,064	,082	,133	1	-,099	,257**	,083	,086	,465**
	Sig. (2-tailed)	,526	,420	,187		,326	,010	,414	,394	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,196	,164	,028	-,099	1	,040	,030	,225*	,418**
	Sig. (2-tailed)	,051	,103	,781	,326		,693	,769	,025	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	,041	,260**	,022	,257**	,040	1	,077	-,029	,533**
	Sig. (2-tailed)	,686	,009	,826	,010	,693		,447	,777	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	,047	-,018	,076	,083	,030	,077	1	,169	,410**
	Sig. (2-tailed)	,645	,856	,455	,414	,769	,447		,093	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	,163	,086	,085	,086	,225*	-,029	,169	1	,492**
	Sig. (2-tailed)	,104	,393	,401	,394	,025	,777	,093		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	,430**	,459**	,319**	,465**	,418**	,533**	,410**	,492**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Y Kepatuhan Wajib Pajak

		Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,158	-,076	,091	-,092	-,098	,214*	,070	,240*	,123	,508**
	Sig. (2-tailed)		,115	,451	,369	,362	,330	,033	,491	,016	,223	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,158	1	,112	,082	,059	-,038	-,046	,021	,005	,208*	,433**
	Sig. (2-tailed)	,115		,269	,416	,562	,706	,652	,839	,958	,038	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	-,076	,112	1	-,052	-,159	-,037	-,040	-,037	-,037	,189	,242*
	Sig. (2-tailed)	,451	,269		,605	,115	,712	,690	,712	,717	,059	,015
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,091	,082	-,052	1	-,201*	,151	,109	,101	,094	-,069	,409**
	Sig. (2-tailed)	,369	,416	,605		,045	,134	,281	,315	,353	,496	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	-,092	,059	-,159	-,201*	1	-,019	-,274**	,141	,098	-,002	,147
	Sig. (2-tailed)	,362	,562	,115	,045		,854	,006	,161	,334	,987	,144
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	-,098	-,038	-,037	,151	-,019	1	-,015	-,116	-,073	-,030	,210*
	Sig. (2-tailed)	,330	,706	,712	,134	,854		,882	,252	,470	,764	,036
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,214*	-,046	-,040	,109	-,274**	-,015	1	-,191	-,001	-,013	,248*
	Sig. (2-tailed)	,033	,652	,690	,281	,006	,882		,057	,992	,899	,013
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	,070	,021	-,037	,101	,141	-,116	-,191	1	,120	,085	,343**
	Sig. (2-tailed)	,491	,839	,712	,315	,161	,252	,057		,235	,399	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	,240*	,005	-,037	,094	,098	-,073	-,001	,120	1	,036	,435**
	Sig. (2-tailed)	,016	,958	,717	,353	,334	,470	,992	,235		,722	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	,123	,208*	,189	-,069	-,002	-,030	-,013	,085	,036	1	,422**
	Sig. (2-tailed)	,223	,038	,059	,496	,987	,764	,899	,399	,722		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	,508**	,433**	,242*	,409**	,147	,210*	,248*	,343**	,435**	,422**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,015	,000	,144	,036	,013	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Kepatuhan Wajib Pajak

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,893	9

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas Pemahaman Pajak

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,891	9

Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas Sanksi Perpajakan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,866	10

Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Media Massa

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,862	8

Lampiran 9 Uji Multikolinearitas (Collinearity Diagnostics)

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Pemahaman Pajak	Sanksi Perpajakan	Media Massa
1	1	3,960	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,019	14,506	,14	,11	,00	,83
	3	,017	15,448	,66	,35	,01	,00
	4	,005	28,370	,20	,53	,99	,17

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Lampiran 10 Analisis Residual (Pendukung uji asumsi klasik)

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	24,66	48,17	41,54	5,401	100
Residual	-12,858	11,024	,000	3,500	100
Std. Predicted Value	-3,126	1,227	,000	1,000	100
Std. Residual	-3,617	3,101	,000	,985	100

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak