

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Letak Geografis Kota Semarang

Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Provinsi Jawa Tengah (2026) menyatakan bahwa Kota Semarang merupakan ibu kota provinsi. Wilayah ini memegang peranan krusial sebagai pusat pemerintahan, perdagangan, industri, pariwisata, hingga simpul transportasi regional. Letak geografisnya sangat strategis karena berada pada jalur utama penghubung antardaerah di Pulau Jawa. Posisi tersebut juga mendukung pertumbuhan aktivitas perekonomian dan tingginya mobilitas masyarakat. Aksesibilitas wilayah ini didukung oleh keberadaan infrastruktur vital seperti Pelabuhan Tanjung Emas dan Bandar Udara Internasional Jenderal Besar Ahmad Yani. Jaringan transportasi darat yang terintegrasi turut mempermudah konektivitas menuju berbagai kota besar di Pulau Jawa.

Secara geografis, Kota Semarang terletak pada koordinat $6^{\circ}50'$ – $7^{\circ}10'$ Lintang Selatan dan $109^{\circ}35'$ – $110^{\circ}50'$ Bujur Timur dengan luas wilayah sekitar 373,70 km². Wilayah ini berbatasan langsung dengan Kabupaten Kendal di sebelah barat dan Kabupaten Demak pada sisi timur. Batas administratif lainnya meliputi Kabupaten Semarang di bagian selatan serta Laut Jawa pada sebelah utara. Kondisi topografinya terdiri atas dataran rendah, daerah pantai, serta perbukitan yang menyebabkan karakteristik wilayah kota ini cukup beragam.

Kota Semarang terbagi menjadi 16 kecamatan dan 177 kelurahan secara administratif. Kota Semarang sebagai pusat pertumbuhan ekonomi utama di Jawa

Tengah memiliki tingkat aktivitas mobilitas masyarakat yang sangat tinggi. Kondisi tersebut berimplikasi langsung pada tingginya angka kepemilikan dan penggunaan kendaraan bermotor sebagai sarana transportasi sehari-hari. Tingginya populasi kendaraan bermotor tersebut menjadikan Kota Semarang sebagai lokasi penelitian yang representatif. Fokus kajian ini diarahkan untuk menganalisis pengaruh insentif pajak dan kesadaran WP terhadap kepatuhan PKB dengan meninjau peran moderasi sosialisasi perpajakan.

4.1.2 Responden

Responden dalam penelitian ini adalah WP yang berada di Kota Semarang. Responden tersebut adalah masyarakat yang memiliki atau menggunakan kendaraan bermotor, baik roda dua, roda empat, dan lainnya. Penelitian ini tidak membatasi responden berdasarkan pekerjaan, usia, maupun jenis kelamin. Selama memenuhi kriteria sebagai WP di Kota Semarang, maka dapat dijadikan sebagai responden penelitian.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan dua metode. Penyebaran secara daring (*online*) dilakukan menggunakan *Google Form*. Penyebaran secara luring (*offline*) dilakukan menggunakan kuesioner cetak yang dibagikan langsung kepada responden. Kuesioner disebarkan kepada masyarakat di Kota Semarang yang memenuhi kriteria penelitian. Seluruh responden yang berpartisipasi merupakan WP dengan kesediaan mengisi kuesioner penelitian secara lengkap.

Sebanyak 301 data responden berhasil diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Proses seleksi data kemudian dilakukan dan didapatkan 11 jawaban

responden yang dinyatakan tidak layak digunakan. Hal tersebut terjadi karena tidak sesuai dengan kebutuhan atau kriteria penelitian. Tahap penyaringan tersebut menghasilkan total sampel akhir sebanyak 290 responden yang digunakan dalam analisis. Karakteristik tersebut selanjutnya disajikan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan jenis kendaraan bermotor yang dimiliki atau digunakan oleh responden.

4.1.2.1 Demografi Responden Berdasarkan Usia

Kategori responden dalam penelitian ini terdiri atas beberapa rentang usia yang berbeda. Pengelompokan usia responden dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi responden yang terlibat dalam penelitian. Rincian responden berdasarkan usia disajikan pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17 - 25 Tahun	207	71%
26 - 35 Tahun	68	23%
36 - 45 Tahun	10	3%
46 - 55 Tahun	4	1%
> 55 Tahun	1	0%
Total	290	100%

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Data pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa kelompok usia 17–25 tahun mendominasi sampel penelitian dengan jumlah 207 orang (71%). Kelompok usia 26–35 tahun menempati posisi kedua sebanyak 68 orang (23%). Rincian tersebut diikuti oleh kelompok usia 36–45 tahun sebanyak 10 orang (3%) dan kelompok usia 46–55 tahun sebanyak 4 orang (1%). Responden dengan usia di atas 55 tahun memiliki jumlah paling sedikit, yaitu hanya 1 orang (<1%).

Distribusi data tersebut memperlihatkan bahwa mayoritas partisipan berada pada kategori usia produktif. Dominasi kelompok usia muda ini diduga dipengaruhi

oleh penyebaran kuesioner secara daring melalui media sosial. Media yang digunakan meliputi WhatsApp, Instagram, TikTok, dan X, serta penyebaran secara luring di lokasi-lokasi strategis. Seluruh partisipan dalam penelitian ini dipastikan tetap memenuhi kriteria sebagai WP yang terdaftar di Kota Semarang. Akurasi data yang dikumpulkan sepenuhnya relevan dengan tujuan penelitian.

4.1.2.2 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori partisipan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan. Pengelompokan tersebut dilakukan untuk mengetahui distribusi gender dari responden yang terlibat. Rincian lengkapnya disajikan pada Tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki - Laki	74	26%
Perempuan	216	74%
Total	290	100%

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Data pada Tabel 4.2 menunjukkan profil gender dari total 290 partisipan dalam penelitian ini. Responden perempuan mendominasi sampel dengan jumlah 216 orang (74%), sementara kelompok laki-laki tercatat sebanyak 74 jiwa (26%). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat partisipasi responden perempuan jauh lebih tinggi dalam pengumpulan data ini. Perbedaan proporsi ini diduga kuat dipengaruhi oleh karakteristik responden yang berhasil dijangkau selama proses penyebaran kuesioner, baik secara daring maupun luring.

4.1.2.3 Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Kategori responden dalam penelitian ini mencakup latar belakang profesi yang bervariasi. Pengelompokan tersebut dilakukan untuk mengetahui distribusi demografi subjek yang terlibat di dalam penelitian. Rincian klasifikasi responden

berdasarkan jenis pencaharian mereka disajikan secara lengkap pada Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar / Mahasiswa	143	49%
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	27	9%
Pegawai Swasta	60	21%
Pegawai BUMN	18	6%
Wiraswasta / Entepreneur	32	11%
TNI / Polri	0	0%
Lainnya	10	3%
Total	290	100%

Sumber Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Data pada Tabel 4.3 menunjukkan karakteristik profesi dari total 290 responden. Kelompok pelajar atau mahasiswa mendominasi sampel dengan jumlah 143 orang (49%). Pegawai swasta menempati posisi kedua sebanyak 60 jiwa (21%), diikuti sektor wiraswasta atau entrepreneur yang berjumlah 32 individu (11%). Distribusi data tersebut memperlihatkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok pelajar/mahasiswa. Responden yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) tercatat sebanyak 27 orang (9%), sedangkan pegawai BUMN mencapai 18 pihak (6%). Sisa proporsi diisi oleh 10 responden (3%) yang masuk dalam kategori pekerjaan lainnya, seperti pengemudi ojek online, pekerja lepas (*freelancer*), serta penyelenggara acara (*event organizer*).

Dominasi kelompok pelajar/mahasiswa tersebut dipengaruhi oleh metode penyebaran kuesioner secara daring yang memanfaatkan media sosial. Partisipan yang terlibat dipastikan tetap memenuhi kriteria sebagai WP di Kota Semarang. Karakteristik subjek tersebut mendukung relevansi data yang diperoleh untuk analisis penelitian.

4.1.2.4 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kendaraan Bermotor

Karakteristik responden dalam penelitian ini diklasifikasikan ke dalam tiga kategori unit, yaitu kendaraan bermotor roda dua, roda empat, dan lainnya. Pengelompokan tersebut dilakukan untuk mengetahui distribusi partisipan berdasarkan jenis transportasi yang digunakan oleh WP. Rincian kategori responden disajikan pada Tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kendaraan Bermotor

Jenis Kendaraan Bermotor	Jumlah	Presentase
Kendaraan Bermotor Roda Dua	240	83%
Kendaraan Bermotor Roda Empat	50	17%
Lainnya	0	0%
Total	290	100%

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Data lapangan menunjukkan bahwa mayoritas partisipan memiliki kendaraan roda dua dengan jumlah 240 orang (83%). Pemilik kendaraan roda empat berada di posisi kedua dengan catatan sebanyak 50 jiwa (17%). Opsi kategori lainnya sama sekali tidak memiliki keterwakilan data dalam sampel ini.

Distribusi data ini menunjukkan dominasi pengguna sepeda motor yang sangat signifikan di wilayah kajian. Hasil tersebut selaras dengan profil demografi sampel yang mayoritas diisi oleh kalangan usia produktif serta pelajar atau mahasiswa. Kelompok masyarakat ini cenderung menggunakan sepeda motor sebagai sarana transportasi harian mereka. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa sepeda motor merupakan jenis kendaraan yang paling banyak dimiliki atau digunakan oleh responden dalam penelitian ini.

4.2 Statistika Deskriptif

Gambaran karakteristik data penelitian disajikan melalui analisis statistik deskriptif. Analisis ini bertujuan memberikan informasi mengenai nilai minimum,

maksimum, rata-rata (*mean*), serta standar deviasi dari setiap variabel. Hasil analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan sebaran data serta kecenderungan jawaban responden terhadap setiap variabel penelitian. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Insentif Pajak (X1)	290	9,00	30,00	25,3690	3,17403
Kesadaran WP (X2)	290	17,00	40,00	34,3000	3,79533
Sosialisasi Perpajakan (Z)	290	16,00	50,00	41,0828	6,11935
Kepatuhan PKB (Y)	290	13,00	25,00	22,6276	1,85063
Valid N (listwise)	290				

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki jumlah data (N) sebanyak 290 responden. Rincian penjelasan mengenai temuan angka dari setiap indikator tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Insentif Pajak (X1)

Hasil statistik deskriptif pada Tabel 4.5 menunjukkan nilai parameter untuk variabel insentif pajak (X1). Sebaran data dari 290 responden ini memiliki nilai minimum sebesar 9,00 dan maksimum 30,00. Rata-rata (*mean*) yang diperoleh mencapai 25,3690 dengan standar deviasi 3,17403. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung memberikan penilaian positif terhadap kebijakan insentif pajak yang diberikan pemerintah. Nilai standar deviasi yang relatif kecil dibandingkan nilai rata-ratanya juga menunjukkan bahwa jawaban responden cenderung tidak terlalu beragam.

2. Kesadaran WP (X2)

Hasil statistik deskriptif pada Tabel 4.5 menunjukkan nilai parameter untuk variabel kesadaran WP (X2). Sebaran data dari 290 responden ini memiliki

nilai minimum 17,00 dan maksimum 40,00. Rata-rata (*mean*) yang diperoleh mencapai 34,3000 dengan standar deviasi 3,79533. Angka tersebut menunjukkan bahwa masyarakat cenderung memiliki tingkat kepedulian yang baik terkait kewajiban perpajakan mereka. Standar deviasi yang lebih kecil daripada rata-ratanya mencerminkan bahwa sebaran jawaban dari para responden bersifat homogen.

3. Sosialisasi Perpajakan (Z)

Hasil statistik deskriptif pada Tabel 4.5 menunjukkan nilai parameter untuk variabel sosialisasi perpajakan (Z). Sebaran data dari 290 responden ini memiliki nilai minimum 16,00 dan maksimum 50,00. Rata-rata (*mean*) yang diperoleh mencapai 41,0828 dengan standar deviasi 6,11935. Angka tersebut menunjukkan bahwa mayoritas sampel memberikan penilaian positif terhadap kegiatan edukasi dari pemerintah. Standar deviasi indikator ini tergolong yang paling besar apabila dibandingkan dengan variabel lainnya. Kondisi tersebut mencerminkan adanya variasi jawaban yang lebih beragam di antara para responden.

4. Kepatuhan PKB (Y)

Hasil statistik deskriptif pada Tabel 4.5 menunjukkan nilai parameter untuk variabel kepatuhan PKB (Y). Sebaran data dari 290 responden ini memiliki nilai minimum 13,00 dan maksimum 25,00. Rata-rata (*mean*) yang diperoleh sebesar 22,6276 dengan standar deviasi 1,85063. Angka tersebut menunjukkan bahwa masyarakat cenderung memiliki tingkat kepatuhan yang baik dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak kendaraan mereka.

Standar deviasi yang relatif kecil mengindikasikan bahwa jawaban para responden cenderung terkonsentrasi di sekitar nilai rata-rata.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Kualitas Data

4.3.1.1 Hasil Uji Validitas

Prosedur pengujian ini dimaksudkan untuk melihat sejauh mana kuesioner mampu mengukur secara akurat konstruk yang diteliti. Alat pengumpulan data dikatakan valid apabila setiap butir pertanyaan di dalamnya dapat merepresentasikan konsep indikator secara tepat. Penelitian ini menggunakan 29 item pernyataan untuk mengukur seluruh variabel operasional. Seluruh indikator tersebut wajib melewati uji validitas guna memastikan ketepatan alat ukur dalam mengumpulkan data lapangan.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi Pearson. Analisis ini mengkorelasikan skor masing-masing item pernyataan dengan skor total kuesioner. Angka *Pearson Correlation* yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai r-tabel untuk menentukan tingkat validitasnya. Studi ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), yang merupakan standar umum dalam penelitian.

Item pertanyaan instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya apabila nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel. Penentuan nilai r-tabel dalam pengujian ini didasarkan pada jumlah sampel sebanyak 290 responden. Perhitungan derajat kebebasan dilakukan melalui *degree of freedom* dengan rumus $df = n - 2$. Ketentuan tersebut menghasilkan nilai $df = 290 - 2 = 288$.

Angka tersebut menghasilkan nilai r tabel sebesar 0,115. Item pernyataan dikatakan valid jika nilai r-hitung (*Pearson Correlation*) lebih tinggi daripada r-tabel (0,115).

Hasil uji validitas untuk setiap butir instrumen disajikan pada Tabel 4.6 berikut. Rangkuman data tersebut memuat koefisien validitas untuk variabel dependen, independen, dan moderasi yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	r - Tabel	Keterangan
Insentif Pajak (X1)	X1.1	0,658	0,115	Valid
	X1.2	0,679	0,115	Valid
	X1.3	0,698	0,115	Valid
	X1.4	0,648	0,115	Valid
	X1.5	0,644	0,115	Valid
	X1.6	0,661	0,115	Valid
Kesadaran WP (X2)	X2.1	0,580	0,115	Valid
	X2.2	0,596	0,115	Valid
	X2.3	0,598	0,115	Valid
	X2.4	0,699	0,115	Valid
	X2.5	0,409	0,115	Valid
	X2.6	0,647	0,115	Valid
	X2.7	0,605	0,115	Valid
	X2.8	0,602	0,115	Valid
Sosialisasi Perpajakan (Z)	Z.1	0,709	0,115	Valid
	Z.2	0,738	0,115	Valid
	Z.3	0,663	0,115	Valid
	Z.4	0,665	0,115	Valid
	Z.5	0,604	0,115	Valid
	Z.6	0,672	0,115	Valid
	Z.7	0,750	0,115	Valid
	Z.8	0,695	0,115	Valid
	Z.9	0,719	0,115	Valid
	Z.10	0,735	0,115	Valid
Kepatuhan PKB (Y)	Y.1	0,614	0,115	Valid
	Y.2	0,601	0,115	Valid
	Y.3	0,597	0,115	Valid
	Y.4	0,659	0,115	Valid
	Y.5	0,643	0,115	Valid

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Hasil uji pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan telah memenuhi kriteria validitas. Angka *Pearson Correlation* pada setiap indikator terbukti lebih besar daripada nilai r-tabel sebesar 0,115. Temuan tersebut

menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan valid dan dapat mengukur konstruk penelitian secara tepat. Seluruh instrumen ini dapat dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap data studi pendahuluan untuk mengukur tingkat keandalan variabel. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2021). Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No	Keterangan	Cronbach's Alpha	Standar Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Insentif Pajak (X1)	0,745	>0,60	Reliabel
2.	Kesadaran WP (X2)	0,736	>0,60	Reliabel
3.	Sosialisasi Perpajakan (Z)	0,881	>0,60	Reliabel
4.	Kepatuhan PKB (Y)	0,605	>0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Data pada Tabel 4.7 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel penelitian. Variabel insentif pajak (X1) menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* 0,745, sementara kesadaran WP (X2) mencatatkan sebesar 0,736. Variabel sosialisasi perpajakan (Z) berada pada angka 0,881, diikuti oleh kepatuhan PKB (Y) dengan capaian sebesar 0,605. Semua konstruk yang diteliti memiliki nilai reliabilitas lebih besar dari ambang 0,60 sesuai kriteria Ghozali (2021). Hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa semua butir pernyataan instrumen memiliki tingkat konsistensi yang baik. Rangkaian alat ukur ini dinyatakan sangat layak digunakan untuk analisis data ke tahap berikutnya.

4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah residual dalam model regresi memiliki sebaran data yang ideal. Model regresi dianggap baik apabila data residual menunjukkan distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Hasil analisis selengkapnya disajikan pada Tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8 Hasil Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		290
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,62441250
Most Extreme Differences	Absolute	0,067
	Positive	0,043
	Negative	-0,067
Test Statistic		0,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 ^c

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Data pada Tabel 4.8 menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,003. Perolehan tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga residual model regresi belum memenuhi asumsi normalitas awal berdasarkan formula *Kolmogorov-Smirnov*. Ghozali (2021) menyatakan bahwa pada pengujian *Kolmogorov-Smirnov* cenderung menjadi sangat sensitif pada jumlah sampel yang relatif besar. Dampak sifat tersebut mengakibatkan penyimpangan kecil dari distribusi normal tetap menghasilkan nilai signifikansi di bawah 0,05. Pengujian normalitas selanjutnya dilakukan menggunakan pendekatan *Monte Carlo* guna memperoleh estimasi hasil yang lebih akurat. Rincian data disajikan pada Tabel 4.9 berikut.

Tabel 4.9 Hasil Uji Monte Carlo

		Unstandardized Residual	
N		290	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000	
	Std. Deviation	1,62441250	
Most Extreme Differences	Absolute	0,067	
	Positive	0,043	
	Negative	-0,067	
Test Statistic		0,067	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.136 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,128
		Upper Bound	0,145

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Data pada Tabel 4.9 menyajikan hasil uji normalitas dengan pendekatan *Monte Carlo* yang menghasilkan angka signifikansi sebesar 0,136. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga residual model regresi dapat dinyatakan berdistribusi normal. Asumsi normalitas dalam penelitian ini telah terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis lebih lanjut.

4.3.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji keberadaan korelasi yang tinggi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya menunjukkan tidak adanya gejala tersebut di antara variabel bebas. Pengujian asumsi klasik ini diterapkan dengan menggunakan indikator *Tolerance* dan VIF. Suatu model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Insentif Pajak (X1)	0,542	1,844	Tidak terjadi multikolinearitas
Kesadaran WP (X2)	0,579	1,728	Tidak terjadi multikolinearitas
Sosialisasi Perpajakan (Z)	0,538	1,859	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Data hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel insentif pajak (X1) memiliki angka *Tolerance* 0,542 dan VIF 1,844. Variabel kesadaran WP (X2) mencatat perolehan *Tolerance* 0,579 dan VIF 1,728. Variabel sosialisasi perpajakan (Z) berada pada tingkat *Tolerance* 0,538 dan VIF 1,859. Secara keseluruhan, semua variabel menunjukkan nilai *Tolerance* > 0,10 dengan VIF < 10. Temuan statistik tersebut membuktikan bahwa model regresi dalam kajian ini terbebas dari gejala multikolinearitas. Seluruh variabel independen terbukti layak untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya.

4.3.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat perbedaan varians residual pada setiap observasi dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Analisis asumsi ini diterapkan menggunakan uji Park dengan meregresikan nilai residual yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma natural. Ketentuan bebas dari masalah ini terpenuhi apabila angka signifikansi parameter lebih besar dari 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Insentif Pajak (X1)	0,717	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kesadaran WP (X2)	0,065	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Sosialisasi Perpajakan (Z)	0,900	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Data pada Tabel 4.11 menunjukkan rincian output hasil pengujian menggunakan uji Park. Nilai signifikansi untuk insentif pajak (X1) tercatat sebesar 0,717, sedangkan kesadaran WP (X2) berada di angka 0,065. Sosialisasi perpajakan

(Z) juga menunjukkan angka signifikansi yang tinggi sebesar 0,900. Seluruh variabel penelitian tersebut memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Hasil uji menunjukkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas sehingga varians residual bersifat konstan. Kondisi empiris ini menandakan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas secara mutlak. Rangkaian data penelitian ini dinyatakan lolos uji asumsi klasik dan layak dilanjutkan ke tahap analisis linear berganda berikutnya.

4.3.3 Uji Regresi Moderasi

Pengujian MRA dalam penelitian ini dilakukan dengan menambahkan variabel interaksi antara independen dan moderasi ke model regresi. Hasil pengujian MRA dalam penelitian disajikan pada tabel 4.12.

1. Interpretasi Persamaan Regresi Model Pertama (*Main Effect*)

Tabel 4.12 Hasil Uji Persamaan Regresi Model Pertama (*Main Effect*)

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14,505	0,940		15,428	0,000
	Insentif Pajak (X1)	0,069	0,038	0,118	1,829	0,068
	Kesadaran WP (X2)	0,186	0,031	0,381	5,918	0,000

a. Dependent Variable: Kepatuhan PKB (Y)

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

$$Y_1 = 14,505 + 0,069X_1 + 0,186X_2$$

- a. Nilai konstanta sebesar 14,505 menunjukkan kondisi dasar dari model regresi linear berganda. Tingkat kepatuhan PKB (Y) diperkirakan sebesar 14,505 apabila variabel insentif pajak (X1) dan kesadaran WP (X2) bernilai konstan atau sama dengan nol.
- b. Koefisien regresi sebesar 0,069 pada variabel insentif pajak (X1) menunjukkan arah hubungan yang positif. Peningkatan insentif pajak

diprediksi akan meningkatkan kepatuhan PKB (Y) sebesar 0,069 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Nilai signifikansi sebesar 0,068 lebih besar dari 0,05 sehingga pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan PKB tidak signifikan secara statistik.

- c. Koefisien regresi sebesar 0,186 pada variabel kesadaran WP (X2) menunjukkan arah hubungan yang positif. Peningkatan kesadaran WP diprediksi akan meningkatkan kepatuhan PKB (Y) sebesar 0,186 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa kesadaran WP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan PKB.

2. Interpretasi Persamaan Regresi Model Kedua

Tabel 4.13 Hasil Uji Persamaan Regresi Model Kedua

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
2.	(Constant)	25,806	3,566		7,237	0,000
	Insentif Pajak (X1)	-0,298	0,248	-0,512	-1,204	0,230
	Kesadaran WP (X2)	0,176	0,203	0,360	0,863	0,389
	Sosialisasi Perpajakan (Z)	-0,364	0,099	-1,204	-3,693	0,000
	X1Z	0,011	0,006	1,434	1,731	0,085
	X2Z	0,001	0,005	0,213	0,238	0,812

a. Dependent Variable: Kepatuhan PKB (Y)

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

$$Y_2 = 25,806 - 0,298X_1 + 0,176X_2 - 0,364Z + 0,011X_1Z + 0,001X_2Z$$

- a. Nilai konstanta sebesar 25,806 menunjukkan kondisi dasar dari model MRA. Kepatuhan PKB (Y) diperkirakan sebesar 25,806 apabila insentif pajak (X1), kesadaran WP (X2), sosialisasi perpajakan (Z), serta variabel interaksi dianggap konstan atau bernilai 0.

- b. Koefisien regresi sebesar $-0,298$ pada insentif pajak (X_1) menunjukkan arah hubungan yang negatif. Peningkatan insentif pajak diprediksi akan menurunkan kepatuhan PKB (Y) sebesar $0,298$ satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Angka signifikansi sebesar $0,230$ terbukti lebih besar dari $0,05$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik.
- c. Koefisien regresi sebesar $0,176$ pada kesadaran WP (X_2) menunjukkan arah hubungan yang positif. Peningkatan kesadaran WP diprediksi akan menaikkan kepatuhan PKB (Y) sebesar $0,176$ satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Angka signifikansi sebesar $0,389$ terbukti lebih besar dari $0,05$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik.
- d. Koefisien regresi sebesar $-0,364$ pada sosialisasi perpajakan (Z) menunjukkan adanya arah hubungan yang negatif. Peningkatan sosialisasi perpajakan diprediksi akan menurunkan kepatuhan PKB (Y) sebesar $0,364$ satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Angka signifikansi sebesar $0,000$ terbukti lebih kecil dari $0,05$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik.
- e. Koefisien regresi sebesar $0,011$ pada interaksi antara insentif pajak dan sosialisasi perpajakan (X_1Z) menunjukkan arah hubungan yang positif. Efek interaksi tersebut diprediksi dapat meningkatkan kepatuhan PKB (Y) dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Angka signifikansi sebesar $0,085$ terbukti lebih besar dari $0,05$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa

pengaruh interaksi tersebut tidak signifikan secara statistik. Kesimpulan akhir membuktikan bahwa kegiatan sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan PKB.

- f. Koefisien regresi sebesar 0,001 pada interaksi antara kesadaran WP dan sosialisasi perpajakan (X_2Z) menunjukkan arah hubungan positif. Efek interaksi tersebut diprediksi dapat meningkatkan kepatuhan PKB (Y) dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Angka signifikansi sebesar 0,812 terbukti lebih besar 0,05. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pengaruh interaksi tersebut tidak signifikan secara statistik. Kesimpulan akhir membuktikan bahwa kegiatan sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi pengaruh kesadaran WP terhadap kepatuhan PKB.

4.3.4 Hasil Uji Hipotesis

4.3.4.1 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen secara individual dapat diketahui melalui pengujian T pada model regresi. Dasar pengambilan keputusan dalam uji T dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap dependen. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap dependen. Hasil uji T dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut.

Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Variabel	t-Hitung	Sig.	Keterangan
1	Konstanta	15,428	0,000	-
	Insentif Pajak (X1)	1,829	0,068	H1 : Ditolak
	Kesadaran WP (X2)	5,918	0,000	H2 : Diterima
2	Konstanta	7,237	0,000	-
	Insentif Pajak (X1)	-1,204	0,230	-
	Kesadaran WP (X2)	0,863	0,389	-
	Sosialisasi Perpajakan (Z)	-3,693	0,000	-
	Interaksi Insentif Pajak dan Sosialisasi Perpajakan (X1Z)	1,731	0,085	H3 : Ditolak
	Interaksi Kesadaran WP dan Sosialisasi Perpajakan (X2Z)	0,238	0,812	H4 : Ditolak

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

Data pada Tabel 4.16 dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan PKB

H1: Insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang

Hasil uji T pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa variabel insentif pajak (X1) memiliki nilai T-hitung sebesar 1,829. Nilai signifikansi yang dihasilkan adalah $0,068 > 0,05$. Temuan statistik tersebut menunjukkan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang. H1 yang menyatakan bahwa insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang **ditolak**.

- b. Pengaruh kesadaran WP terhadap kepatuhan PKB

H2: Kesadaran WP berpengaruh positif terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang

Hasil uji T pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa variabel kesadaran WP (X2) memiliki nilai T-hitung sebesar 5,918. Nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan statistik tersebut menunjukkan bahwa kesadaran WP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan PKB di

Kota Semarang. H2 yang menyatakan bahwa kesadaran WP berpengaruh positif terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang **diterima**.

- c. Pengaruh sosialisasi perpajakan dalam memoderasi hubungan antara insentif pajak terhadap kepatuhan PKB

H3: Sosialisasi perpajakan memperkuat hubungan antara insentif pajak terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang

Hasil uji T pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa variabel interaksi antara insentif pajak dan sosialisasi perpajakan (X1Z) memiliki nilai T-hitung sebesar 1,731. Nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,085 > 0,05$. Temuan statistik tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak terbukti memperkuat hubungan antara insentif pajak terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang. H3 yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan mampu memperkuat hubungan antara insentif pajak terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang **ditolak**.

- d. Pengaruh sosialisasi perpajakan dalam memoderasi hubungan antara kesadaran WP terhadap kepatuhan PKB

H4: Sosialisasi perpajakan memperkuat hubungan antara kesadaran WP terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang

Hasil uji T pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa variabel interaksi antara kesadaran WP dan sosialisasi perpajakan (X2Z) memiliki nilai T-hitung sebesar 0,238. Nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,812 > 0,05$. Temuan statistik tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak terbukti memperkuat hubungan antara kesadaran WP terhadap kepatuhan

PKB di Kota Semarang. H4 yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan mampu memperkuat hubungan antara kesadaran WP terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang **ditolak**.

4.3.4.2 Hasil Uji Anova (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menilai pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap dependen. Pengujian ini juga digunakan untuk mengetahui kelayakan model regresi. Pengambilan keputusan didasarkan pada angka signifikansi jika nilainya lebih kecil dari 0,05, maka variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh nyata. Model regresi dianggap tidak mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara serempak apabila angka tersebut lebih besar dari 0,05. Hasil uji F dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.17 berikut.

Tabel 4.15 Hasil Uji Anova (Uji F)

No	Model	F	Signifikansi
1	X1,X2	38.531	0,000
2	X1, X2, Z, X1Z, X2Z	20.336	0,000

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

1. Interpretasi Hasil Uji Anova (Uji F) Model Pertama

Hasil uji F pada model pertama menguji pengaruh insentif pajak (X1) dan kesadaran WP (X2) terhadap kepatuhan PKB (Y). Analisis data empiris tersebut menghasilkan angka F-hitung sebesar 38,531 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap dependen. Temuan statistik tersebut menunjukkan bahwa model regresi pertama dinyatakan memiliki tingkat kelayakan yang memadai. Model ini dapat diaplikasikan sebagai dasar dalam analisis penelitian pada tahap berikutnya.

2. Interpretasi Hasil Uji Anova (Uji F) Model Kedua

Hasil uji F pada model kedua menguji pengaruh variabel insentif pajak (X1), kesadaran WP (X2), sosialisasi perpajakan (Z), serta interaksi X1Z dan X2Z secara bersama-sama. Analisis regresi lengkap ini menghasilkan nilai F-hitung sebesar 20,336 dengan signifikansi 0,000. Perolehan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 tersebut mengindikasikan bahwa seluruh variabel dalam model secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan PKB (Y). Temuan statistik ini membuktikan bahwa persamaan regresi kedua dinyatakan *fit* dan layak digunakan sebagai model penelitian.

4.3.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (*R Square*) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan dependen. Uji ini juga dilakukan untuk melihat peningkatan model setelah adanya variabel moderasi dan interaksi. Interpretasi koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R Square*. *Adjusted R Square* dipakai karena model regresi melibatkan lebih dari satu variabel independen, moderasi, dan interaksi. Nilai *R Square Change* juga digunakan untuk melihat peningkatan kemampuan model setelah penambahan variabel moderasi dan interaksi. Hasil uji koefisien determinasi disajikan pada Tabel 4.18 berikut.

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

No	Model	Adjusted R Square	R. Square Change	Sig. F Change
1	X1, X2	0,206	0,212	0,000
2	X1, X2, Z, X1Z, X2Z	0,251	0,264	0,000

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS (2026)

1. Interpretasi Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Pertama

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 4.18 memaparkan kualitas model pertama yang dibentuk oleh insentif pajak (X1) dan kesadaran WP (X2). Model regresi tersebut memperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,206. Hal tersebut menunjukkan bahwa insentif pajak dan kesadaran WP mampu menjelaskan variasi kepatuhan PKB sebesar 20,6%. Sisa variasi sebesar 79,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai *Sig. F Change* sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan.

2. Interpretasi Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Kedua

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 4.18 menunjukkan kualitas model kedua yang menguji efek interaksi. Model lengkap yang terdiri atas insentif pajak (X1), kesadaran WP (X2), sosialisasi perpajakan (Z), serta variabel interaksi (X1Z dan X2Z) memperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,251. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model mampu menjelaskan kepatuhan PKB sebesar 25,1%. Sisa variasi sebesar 74,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Nilai *Sig. F Change* sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa model regresi signifikan secara simultan. Terjadi peningkatan nilai *Adjusted R Square* pada model kedua dari 0,206 menjadi 0,251 setelah penambahan variabel moderasi dan interaksi. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel interaksi X1Z dan X2Z tidak terbukti berpengaruh signifikan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak terbukti memoderasi hubungan antara insentif pajak maupun kesadaran WP terhadap PKB.

4.4 Interpretasi Hasil dan Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan PKB di Kota Semarang

Hasil pengujian H1, diperoleh nilai signifikansi variabel insentif pajak (X_1) sebesar $0,068 > 0,05$. Temuan tersebut membuktikan bahwa insentif pajak yang diberikan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang. Angka signifikansi yang berada di atas ambang batas standar ini menjadi dasar utama bahwa H1 yaitu insentif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang **ditolak**.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberian insentif pajak belum mampu meningkatkan kepatuhan masyarakat dalam memenuhi kewajiban pembayaran PKB. Pemberian berbagai bentuk keringanan oleh pemerintah seperti penghapusan denda atau potongan pembayaran pajak belum menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat untuk patuh. Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel insentif pajak memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 25,3690. Capaian angka tersebut mengindikasikan bahwa responden cenderung memberikan penilaian positif terhadap kebijakan insentif pajak yang diberikan pemerintah. Penilaian positif tersebut tidak diikuti oleh pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan PKB.

Kondisi ini menunjukkan bahwa kebijakan insentif belum menjadi salah satu faktor utama pendorong kepatuhan WP meskipun program tersebut dipandang baik. Salah satu kemungkinan yang dapat menjelaskan hasil tersebut yaitu bahwa sebagian WP membayar PKB bukan karena insentif pajak, melainkan adanya kebutuhan administratif. WP membayar PKB demi kelancaran proses perpanjangan

STNK maupun untuk menghindari sanksi perpajakan. WP tertentu masih belum memahami secara optimal program insentif pajak yang diberikan pemerintah. Kondisi ini menunjukkan bahwa manfaat kebijakan tersebut belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat. Hal tersebut berdampak pada belum signifikannya pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang.

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa perilaku kepatuhan pajak dipengaruhi oleh niat perilaku (*behavioral intention*). Niat tersebut terbentuk dari tiga komponen utama yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Variabel insentif pajak dalam penelitian ini belum mampu membentuk sikap positif masyarakat terhadap perilaku pentingnya membayar PKB. Keberadaan insentif pajak belum cukup kuat untuk meningkatkan niat masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara patuh.

Komponen kontrol perilaku yang dirasakan juga mengindikasikan adanya kendala internal pada WP. Kondisi ekonomi, keterbatasan pendapatan, maupun prioritas kebutuhan lainnya diduga masih menjadi hambatan bagi sebagian masyarakat dalam melakukan pembayaran pajak. Kesimpulan ini menegaskan program insentif dari pemerintah belum sepenuhnya mampu menstimulasi kemampuan WP untuk meningkatkan kepatuhan pembayaran PKB.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Wahyudi, 2021) yang menyatakan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan WP. Temuan penelitian ini turut diperkuat oleh penelitian (Hidayat, 2023) yang menyatakan bahwa insentif pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan WP. Kenyataan tersebut menunjukkan bahwa pemberian insentif pajak saja belum cukup

untuk meningkatkan kepatuhan masyarakat secara mandiri. Kebijakan stimulus tersebut harus disertai dengan peningkatan kesadaran dan pemahaman perpajakan.

4.4.2 Pengaruh Kesadaran WP terhadap Kepatuhan PKB di Kota Semarang

Hasil pengujian H2, diperoleh nilai signifikansi variabel kesadaran WP (X2) sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kesadaran WP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang. Angka signifikansi yang berada di atas ambang batas standar ini menjadi dasar utama H2 yaitu kesadaran WP berpengaruh positif terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang **diterima**.

Temuan penelitian ini menunjukkan peningkatan kesadaran WP diikuti oleh meningkatnya kepatuhan dalam pembayaran PKB. Kesadaran WP mencerminkan pemahaman individu mengenai peran penting pajak sebagai kewajiban mutlak warga negara. Kontribusi finansial tersebut digunakan secara langsung untuk membiayai pembangunan daerah serta menyediakan berbagai fasilitas publik. WP dengan kesadaran tinggi cenderung menyadari bahwa pembayaran pajak merupakan kewajiban yang perlu dipenuhi secara tepat waktu.

Kesadaran WP tercermin dari pemahaman yang mendalam terhadap peraturan perpajakan. Indikator kesadaran tersebut mencakup pemahaman pentingnya kontribusi pajak bagi pembangunan daerah serta adanya dorongan moral kuat untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Masyarakat yang memiliki tingkat kesadaran tinggi akan lebih patuh dalam melakukan pembayaran PKB dibandingkan masyarakat dengan kesadaran rendah. Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel kesadaran WP memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar

34,3000. Angka tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kesadaran yang relatif tinggi terhadap kewajiban perpajakan. Tingginya tingkat kesadaran tersebut sejalan dengan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa kesadaran WP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan PKB. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pajak akan diikuti oleh meningkatnya kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Kesadaran WP dalam *Theory of Planned Behavior* berkaitan dengan *attitude toward behavior*. Kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pajak berperan dalam membentuk sikap positif terhadap pelaksanaan kewajiban pembayaran PKB. Sikap positif tersebut muncul karena WP memahami bahwa pajak memiliki manfaat bagi pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat. Pemahaman tersebut kemudian mendorong munculnya niat untuk berperilaku patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap WP, besar juga kemungkinan mereka untuk memenuhi kewajiban pembayaran PKB secara tepat waktu dan sesuai ketentuan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maelani (2023) yang menyatakan bahwa kesadaran pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan membayar PKB di Kota Subang. WP yang sadar akan manfaat pajak cenderung patuh dalam membayar PKB tepat waktu tanpa harus menunggu sanksi administrasi. Temuan tersebut turut diperkuat dengan penelitian Suciartari & Supadmi (2024). Penelitiannya menunjukkan hasil serupa bahwa kesadaran pajak menjadi salah satu faktor dominan yang memengaruhi kepatuhan WP di Bali.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan pembayaran PKB.

4.4.3 Pengaruh Insentif Pajak terhadap Kepatuhan PKB di Kota Semarang yang Dimoderasi oleh Sosialisasi Perpajakan

Hasil pengujian H3, diperoleh nilai signifikansi variabel interaksi antara insentif pajak dan sosialisasi perpajakan ($X1Z$) sebesar $0,085 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak mampu memperkuat hubungan antara insentif pajak terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang. Angka signifikansi yang berada di atas ambang batas standar ini menjadi dasar utama bahwa H3 **ditolak**.

Koefisien interaksi antara insentif pajak dan sosialisasi perpajakan menunjukkan arah hubungan yang positif, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan sosialisasi perpajakan belum mampu meningkatkan efektivitas insentif pajak dalam mendorong kepatuhan masyarakat untuk membayar PKB. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan sosialisasi perpajakan belum dapat memperkuat pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan WP di Kota Semarang.

Upaya masif pemerintah dalam melaksanakan program sosialisasi dan pemberian insentif pajak belum memberikan hasil optimal. Kebijakan tersebut nyatanya belum menjamin informasi perpajakan dapat dipahami secara utuh oleh masyarakat. WP masih memiliki tingkat perhatian dan pemahaman yang berbeda terhadap informasi perpajakan. Masyarakat mulai mengetahui keberadaan program insentif pajak dari pemerintah. Realitas di lapangan menunjukkan bahwa

pemahaman publik mengenai tujuan, manfaat, serta regulasi teknis program tersebut masih sangat terbatas. Kesenjangan informasi ini mengakibatkan sosialisasi yang dilaksanakan belum mampu mendorong tindakan nyata dari WP. Masyarakat belum menjadikan insentif pajak sebagai motivasi utama untuk meningkatkan kepatuhan pembayaran PKB.

Sosialisasi perpajakan dalam *Theory of Planned Behavior* seharusnya mampu membentuk norma subjektif dalam masyarakat. Sosialisasi perpajakan yang efektif berfungsi memberikan dorongan sosial kuat kepada WP. Kegiatan edukasi tersebut ditargetkan mampu membentuk pandangan kolektif bahwa membayar pajak merupakan kewajiban fundamental warga negara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan belum efektif dalam memengaruhi perilaku WP. Program sosialisasi tersebut belum mampu menggerakkan masyarakat untuk memanfaatkan insentif pajak demi meningkatkan kepatuhan.

Peran moderasi sosialisasi perpajakan yang tidak signifikan diduga dipengaruhi oleh minimnya atensi WP. Perhatian masyarakat terhadap informasi perpajakan yang disampaikan pemerintah masih tergolong rendah. Sikap acuh tersebut mencakup pesan yang disebarkan melalui media sosial, penyuluhan langsung, maupun media publikasi lainnya. Pembayaran PKB oleh sebagian WP diduga hanya dilakukan ketika terdapat kebutuhan tertentu, seperti pengurusan administrasi kendaraan. Kondisi tersebut menyebabkan keberadaan sosialisasi perpajakan belum mampu berperan sebagai variabel yang memperkuat hubungan antara insentif pajak dan kepatuhan PKB.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wirawan dkk. (2024). Penelitiannya menyatakan bahwa sosialisasi pajak tidak mampu memperkuat pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan WP. Temuan tersebut juga didukung oleh penelitian Limantoro dkk. (2022). Temuannya menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan tidak mampu memperkuat pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan PKB. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa efektivitas kebijakan insentif pajak tidak semata-mata ditentukan oleh sosialisasi perpajakan. Sosialisasi perpajakan yang masif memerlukan faktor instrumen pendukung lainnya agar dapat berjalan optimal. Faktor-faktor krusial seperti kesadaran perpajakan, pemahaman mendalam WP, dan motivasi internal berperan penting dalam mendorong pemenuhan kewajiban secara sukarela (*voluntary compliance*).

4.4.4 Pengaruh Kesadaran WP terhadap Kepatuhan PKB di Kota Semarang yang Dimoderasi oleh Sosialisasi Perpajakan

Hasil pengujian H4, diperoleh nilai signifikansi variabel interaksi antara kesadaran WP dan sosialisasi perpajakan (X_2Z) sebesar $0,812 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak mampu memperkuat hubungan antara kesadaran WP terhadap kepatuhan PKB di Kota Semarang. Angka signifikansi yang berada di atas ambang batas standar ini menjadi dasar utama bahwa H4 **ditolak**.

Koefisien interaksi antara kesadaran WP dan sosialisasi perpajakan menunjukkan arah hubungan yang positif, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa keberadaan sosialisasi perpajakan belum mampu memperkuat pengaruh kesadaran WP terhadap

kepatuhan PKB di Kota Semarang. Tingkat kepatuhan WP yang dipengaruhi oleh kesadaran perpajakan cenderung tidak mengalami perubahan berarti. Program sosialisasi perpajakan dari pemerintah belum mampu memperkuat pengaruh kesadaran tersebut secara signifikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran WP lebih banyak terbentuk oleh faktor internal individu dibandingkan eksternal berupa sosialisasi perpajakan. Pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya membayar PKB tergolong baik. Keputusan untuk memenuhi kewajiban perpajakan tersebut murni didasarkan pada kesadaran pribadi. Faktor eksternal berupa kegiatan sosialisasi tidak lagi menjadi penentu utama perilaku patuh mereka. Program sosialisasi perpajakan yang diselenggarakan pemerintah belum mampu memberikan pemahaman secara komprehensif. Kegiatan edukasi tersebut gagal memberikan dorongan tambahan untuk memperkuat pengaruh kesadaran WP terhadap kepatuhan PKB.

Kesadaran WP dalam *Theory of Planned Behavior* dapat dikaitkan dengan *attitude toward behavior*, yaitu sikap positif individu terhadap kewajiban perpajakan. Sikap positif dalam penelitian ini telah terbentuk dari kesadaran internal individu sehingga keberadaan sosialisasi perpajakan tidak memberikan tambahan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan PKB. Sosialisasi perpajakan idealnya berperan aktif dalam membentuk norma subjektif WP. Kegiatan edukasi tersebut ternyata belum mampu memberikan tekanan sosial maupun dorongan kuat untuk meningkatkan kepatuhan pembayaran PKB.

Temuan penelitian ini memiliki kesesuaian dengan penelitian Alfrida (2021) yang menyatakan bahwa sosialisasi pajak tidak mampu memoderasi pengaruh kesadaran WP terhadap kepatuhan WP. Temuan tersebut juga didukung oleh penelitian Wulandari dkk. (2020). Temuannya menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan cenderung memperlemah hubungan kesadaran WP terhadap kepatuhan WP. Peningkatan kepatuhan perpajakan berbasis kesadaran WP tidak selalu bergantung pada intensitas sosialisasi dari pemerintah. Faktor internal WP memegang peran yang jauh lebih dominan dalam menentukan perilaku patuh. Elemen psikologis seperti pemahaman mendalam, rasa tanggung jawab, dan motivasi pribadi menjadi pendorong utama pemenuhan kewajiban secara sukarela (*voluntary compliance*).