

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK
MELALUI KESADARAN PAJAK SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

(Studi Kasus Pajak Bumi dan Bangunan di Kota Semarang 2022-2023)



TUGAS AKHIR/SKRIPSI

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

Disusun oleh:

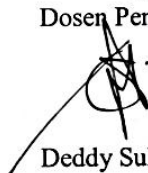
Fitria Devi Permatasari
40011420650241

PROGRAM STUDI D-IV (SARJANA TERAPAN)
AKUNTANSI PERPAJAKAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Nama Penyusun : Fitria Devi Permatasari
Nomor Induk Mahasiswa : 40011420650241
Fakultas : Sekolah Vokasi
Program Studi : D-IV Akuntansi Perpajakan
Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Kepatuhan
Wajib Pajak Melalui Kesadaran Pajak Sebagai Variabel
Intervening (Studi Kasus Pajak Bumi dan Bangunan di
Kota Semarang 2022-2023)

Semarang, 29 Mei 2024
Dosen Pembimbing



Deddy Sulistiyono, S.E., S.T., M.M.
NIP H.7.198709262019111001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Fitria Devi Permatasari
Nomor Induk Mahasiswa : 40011420650241
Fakultas : Sekolah Vokasi
Program Studi : D4 Akuntansi Perpajakan
Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap
Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Kesadaran Pajak
Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pajak
Bumi dan Bangunan di Kota Semarang 2022-2023)

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal Kamis, 20 Juni 2024

Tim Penguji

1. Deddy Sulestiyono S.E., S.T., M.M.

(.....)

2. Drs. Dul Muid M.Si., Akt.

(.....)

3. Naila Hanum S.E., M.Acc.

(.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya Fitria Devi Permatasari menyatakan bahwa tugas akhir/skripsi dengan judul: Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Kesadaran Pajak Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kota Semarang 2022-2023) yang disusun untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Diploma IV (S1 Terapan) Akuntansi Perpajakan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro adalah hasil tulisan saya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tugas akhir/skripsi 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/skripsi 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, 29 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,

Fitria Devi Permatasari

NIM. 40011420650241

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi media sosial terhadap kepatuhan wajib pajak dengan kesadaran pajak sebagai variabel *intervening* dalam studi kasus pajak bumi dan bangunan Kota Semarang 2022-2023. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer menggunakan kuesioner yang disebarakan secara *online*. Penelitian ini dilakukan kepada wajib pajak bumi dan bangunan Kota Semarang yang pernah dan/ melihat promosi media sosial PBB Kota Semarang dan diperoleh sampel sejumlah 115 responden. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas, Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*), Uji Kriteria *Goodness of Fit (GoF)*, dan Uji Hipotesis menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0 pada tingkat signifikansi sebesar 5%. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan bahwa promosi media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Promosi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pajak. Begitupula, kesadaran pajak mampu memengaruhi hubungan antara promosi media sosial terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci: Kepatuhan Wajib Pajak, Promosi Media Sosial, Kesadaran Pajak

ABSTRACT

This research aims to determine the promotion of social media on taxpayer compliance with tax awareness as an intervening variable in the case study of Semarang City land and building tax 2022-2023. The data used in this research are primary data collected through an online questionnaire. This research was conducted on Semarang City land and building taxpayers who have seen social media promotions of the Semarang City land and building tax and a sample of 115 respondents was obtained. The data processing method used in this research is the Measurement Model Evaluation Test (Outer Model) consisting of validity and reliability tests, Structural Model Evaluation (Inner Model), Goodness of Fit (GoF) Criteria Test, and Hypothesis using SmartPLS 3.0 software at a significance level of 5%. Based on the findings of this research, it can be concluded that social media promotion has no significant effect on taxpayer compliance. Tax awareness has a positive and significant effect on taxpayer compliance. Social media promotion has a positive and significant effect on tax awareness. Likewise, tax awareness can influence the relationship between social media promotion and taxpayer compliance.

Keywords: *Taxpayer Compliance, Social Media Promotion, Tax Awareness*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir / Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Kesadaran Pajak Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kota Semarang 2022-2023)”** disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Diploma IV (S1 Terapan) Jurusan Akuntansi Perpajakan Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir / Skripsi ini, tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr.Suharnomo. S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Diponegoro.
2. Prof. Dr. Ir, Budiyono, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
3. Dr. Ida Hayu Dwimawanti, M.M, selaku Wakil Dekan Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
4. Drs. Dul Muid., M.Si., Akt. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Perpajakan, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.
5. Mutiara Tresna Parasetya S.E., M.Si., Ak., selaku dosen wali yang telah mendampingi dan memberikan pengarahan dalam kegiatan akademik.
6. Deddy Sulistiyono, S.E., S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan, bimbingan, serta motivasi sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh Dosen dan Staff Akademik Akuntansi Perpajakan Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah membantu selama proses perkuliahan.
8. Kepada yang terkasih, (Alm.) Djoko Sarwono PS, S.H., yang biasa penulis sebut Papa, banyak hal yang menyakitkan penulis lalui, tanpa sosok papa, babak belur dihajar kenyataan yang terkadang tidak sejalan. Rasa iri dan rindu yang sering kali membuat penulis terjatuh tertampar realita. Tapi itu tidak

menurunkan rasa bangga dan terima kasih atas kehidupan yang papa berikan. Tak menyangka anak bungsumu ini sudah menjadi sarjana. Maka, tulisan ini penulis persembahkan untuk papa malaikat pelindung di surga.

9. Kepada mama penulis, Handa Kusuma Wijayanti yang cantik dan baik hati, terimakasih atas cinta dan kasih sayang, doa tiada henti, dukungan moral materiil, motivasi dan juga segala perhatian serta pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis di setiap kondisi hingga bisa kuliah sampai jenjang sarjana.
10. Kakak penulis, Mas Jody dan Ilham yang selalu menjadi *role model* penulis untuk menjadi yang terbaik, selalu mendoakan dan memberi dukungan.
11. Saudara penulis, Bude Tuti, Pakde Arief, Mas Bima yang selalu membimbing dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Badan Pendapatan Daerah Kota Semarang yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan data yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
13. PT. PLN (Perseroan) UID Jawa Tengah & DIY sebagai tempat magang terakhir penulis sewaktu perkuliahan yang banyak memberikan pelajaran dan pengalaman.
14. Sahabat penulis, Audya Diandra, Alisya Rahma, Enid Fedora, Puteri Wanda terima kasih banyak selalu menemani penulis dan memberikan semangat serta dukungannya di setiap masa-masa sulit serta saat Menyusun skripsi ini.
15. Grup *sanrio's gurls*, Risa, Verita, Adel, Irsa, terima kasih banyak setia menemani, memberi semangat, memberi hiburan ketika masa-masa sulit, dan membantu penulis selama perkuliahan dan menyusun skripsi ini.
16. Teman-teman kelas F dan Teman-teman seperjuangan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih sudah memberikan kenangan perkuliahan yang berkesan dan *up and down* ini. Semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan dalam kehidupan pasca kuliah.
17. Terima kasih kepada *K-Pop Group "Seventeen"* (Choi Seungcheol, Yoon Jeonghan, Hong Jisoo, Moon Junhui, Kwon Soonyoung, Jeon Wonwoo, Lee Jihoon, Lee Seok Min, Kim Mingyu, Xu Minghao, Boo Seungkwan, Choi

Hansol dan Lee Chan) yang secara tidak langsung telah menghibur dengan berbagai lagu dan kontennya dan telah menemani penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

18. Terima kasih kepada *K-Pop Group “En-Hypen”* (Lee Heeseung, Park Jong Seong, Sim Jaeyun, Park Sunghoon, Kim Sunoo, Yang Jungwon, dan Nishimura Riki) yang secara tidak langsung telah menemani penulis melalui lagu-lagunya dalam proses penyusunan skripsi ini.
19. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan memberi bantuan.
20. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Fitria Devi Permatasari. Terima kasih sudah bertahan sampai sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena tidak menyerah dalam proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Devi.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT, maka sebagai manusia biasa penulis menyadari pasti tidak luput dari kesalahan, begitupula skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik serta saran yang membangun. Akhir kata, terima kasih sudah membaca, semoga bermanfaat dan bahagia selalu.

Semarang, 29 Mei 2024

Penulis

Fitria Devi Permatasari

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR/SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	15
2.1.2 Kepatuhan Pajak.....	16
2.1.3 Promosi Media Sosial	17
2.1.4 Kesadaran Pajak	18
2.1.5 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Kerangka Pemikiran	28
2.3 Hipotesis	29
2.3.1 Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Kepatuhan pajak	29
2.3.2 Pengaruh Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak.....	31
2.3.3 Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Kesadaran Pajak	31

2.3.4	Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Kesadaran Pajak	32
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Definisi Operasional Variabel	34
3.1.1	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	34
3.1.2	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	35
3.1.3	Variabel Mediasi (<i>Intervening Variable</i>).....	36
3.2	Populasi dan Sampel	37
3.3	Jenis dan Sumber Data	38
3.4	Metode Pengumpulan Data	39
3.5	Metode Analisis.....	39
3.5.1	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	40
3.5.2	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	46
4.1.1	Deskripsi Responden.....	46
4.1.2	Karakteristik Responden	47
4.2	Analisis Data	50
4.2.1	Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	51
4.2.2	Uji Model Analisis Persamaan Struktur (<i>Inner Model</i>).....	53
4.2.3	Uji <i>Goodness of Fit Model</i>	55
4.2.4	Uji Hipotesis	55
4.3	Interpretasi Hasil	57
4.3.1	Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak PBB.....	57
4.3.2	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak PBB.....	59
4.3.3	Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Kesadaran Pajak	60
4.3.4	Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Kepatuhan Wajib Pajak melalui Kesadaran Pajak.....	61
BAB V PENUTUP.....		63

5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Keterbatasan	64
5.3	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN.....		69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Terikat	35
Tabel 3.2 Variabel Bebas	35
Tabel 3.3 Variabel Mediasi	36
Tabel 3.4 Skala Likert	39
Tabel 4. 1 Data Sampel Penelitian	46
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	48
Tabel 4. 4 Klasifikasi Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4. 5 Klasifikasi Pekerjaan.....	50
Tabel 4. 6 Hasil dari <i>combined loading</i> dan <i>cross loading</i>	51
Tabel 4. 7 Perbandingan <i>loading factors</i> dari masing-masing proksi untuk kontruksi laten dengan kontruksi lainnya	52
Tabel 4. 8 Hasil <i>composite reliability</i>	53
Tabel 4. 9 Nilai <i>R-square</i>	54
Tabel 4. 10 Nilai <i>Q-square</i>	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Model</i>	55
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Hipotesis Langsung	56
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Hipotesis Tidak Langsung	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian (Online)	73
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	76
Lampiran 4 Surat Permohonan Pengambilan Data	82
Lampiran 5 Smart PLS.....	83