



Contents lists available at insancendikia.or.id

ARBITRASE

(Journal of Economics, Accounting, Management and Business)

ISSN : 3124-8985

Journal homepage: <https://ojs.insancendikia.or.id/index.php/Arbitrase>



Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Sikap Wajib Pajak Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus KPP Pancoran Direktorat Jendral Pajak Jakarta Selatan)

Ade Ghofir¹, Ferina Julia Utami²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Muhammadiyah Jakarta

Article Info

Keyword:

Taxpayer Awareness, Tax Service Quality, Taxpayer Attitude, Taxpayer Compliance

ABSTRACT

The phenomenon of taxpayer non-compliance, commonly reflected in the tax gap, remains a major challenge for tax authorities in Indonesia. This condition is indicated by the stagnant ratio of Annual Tax Return reporting despite the increasing number of registered taxpayers. This study aims to empirically examine the effect of taxpayer awareness and tax service quality on taxpayer compliance, as well as to analyze the mediating role of taxpayer attitude in these relationships. This research employed a quantitative method with a causal-explanatory approach. Primary data were collected through Likert-scale questionnaires distributed to 100 active individual taxpayers registered at the South Jakarta Primary Tax Office. The respondents were selected using a purposive sampling technique. The data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4 software, covering both measurement model evaluation and structural model testing. The findings reveal that tax service quality has a positive and significant effect on taxpayer compliance and taxpayer attitude. In contrast, taxpayer awareness has no significant effect on either taxpayer compliance or taxpayer attitude. Furthermore, taxpayer attitude does not significantly affect taxpayer compliance and therefore fails to mediate the relationship between taxpayer awareness, tax service quality, and taxpayer compliance. These findings indicate that taxpayer compliance in metropolitan urban areas is driven more by facilitative and pragmatic factors than by cognitive-affective understanding alone. Practically, the results suggest that the Directorate General of Taxes should focus more on improving service quality, digital system reliability, and the responsiveness of tax officers in facilitating taxpayers' administrative needs efficiently.



© 2020 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Ade Ghofir

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Muhammadiyah Jakarta. Indonesia

Email: ade.ghofir@yahoo.com

Pendahuluan

Pajak merupakan salah satu instrumen fiskal yang memiliki peran penting dalam mendukung pembiayaan negara. Pajak menjadi sumber utama penerimaan negara yang digunakan untuk membiayai pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, fasilitas publik, serta

penyelenggaraan pemerintahan. Menurut Mardiasmo (2021), pajak memiliki fungsi strategis sebagai sumber penerimaan negara dan alat untuk mengatur kegiatan ekonomi masyarakat. Marta et al. (2024) juga menjelaskan bahwa pajak merupakan pungutan wajib yang dilakukan oleh negara berdasarkan undang-undang dan bersifat memaksa, tanpa adanya imbalan langsung kepada wajib pajak. Oleh karena itu, keberhasilan pemerintah dalam mengoptimalkan penerimaan pajak sangat bergantung pada tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Dalam sistem perpajakan Indonesia, penerapan *self-assessment system* memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan sendiri pajak yang terutang. Sistem ini menuntut adanya kesadaran, kedisiplinan, dan tanggung jawab dari wajib pajak. Alshira'h et al. (2021) menyatakan bahwa keberhasilan sistem *self-assessment* sangat bergantung pada integritas dan kepatuhan wajib pajak. Apabila kesadaran dan kedisiplinan wajib pajak rendah, sistem ini dapat menimbulkan risiko ketidakpatuhan, bahkan membuka peluang terjadinya penghindaran dan penggelapan pajak.

Permasalahan kepatuhan wajib pajak masih menjadi tantangan serius bagi otoritas perpajakan di Indonesia. Fenomena ini terlihat dari adanya *tax gap*, yaitu kesenjangan antara pajak yang seharusnya dibayarkan dengan pajak yang benar-benar diterima oleh negara. Ketidakpatuhan wajib pajak tidak hanya berkaitan dengan persoalan administratif, tetapi juga berhubungan dengan aspek perilaku, psikologis, dan persepsi wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Menurut Tirayoh (2023), kepatuhan wajib pajak merupakan hasil dari interaksi antara pemahaman, kemauan, dan dorongan perilaku dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Frecky dan Waluyo (2025) juga menegaskan bahwa kepatuhan wajib pajak dapat ditingkatkan apabila faktor pendorong, seperti kesadaran dan pelayanan, dapat membentuk sikap yang kooperatif terhadap perpajakan.

Data kepatuhan penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan menunjukkan bahwa rasio kepatuhan wajib pajak masih belum optimal. Pada tahun 2021, rasio kepatuhan tercatat sebesar 83,30%, meningkat menjadi 84,00% pada tahun 2022, kemudian menurun menjadi 83,20% pada tahun 2023, dan kembali meningkat sedikit menjadi 83,80% pada tahun 2024. Meskipun jumlah wajib pajak terdaftar yang wajib menyampaikan SPT terus mengalami peningkatan, rasio kepatuhan masih cenderung stagnan pada kisaran 83–84%. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah wajib pajak belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan kualitas kepatuhan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak, khususnya pada Wajib Pajak Orang Pribadi.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah kesadaran wajib pajak. Kesadaran wajib pajak merupakan kondisi ketika seseorang memahami fungsi pajak bagi negara dan memiliki kemauan untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela. Astuti et al. (2019) menyatakan bahwa kesadaran perpajakan yang tinggi dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar dan melaporkan pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian Gaol dan Benarda (2025) yang menemukan bahwa kesadaran wajib pajak sebagai faktor internal berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, dalam praktiknya, kesadaran wajib pajak belum selalu mampu mendorong perilaku patuh. Sebagian wajib pajak masih memandang pajak sebagai beban ekonomi, bukan sebagai bentuk kontribusi terhadap pembangunan negara.

Selain kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan perpajakan juga menjadi faktor penting dalam mendorong kepatuhan. Kualitas pelayanan perpajakan berkaitan dengan kemampuan otoritas pajak dalam memberikan fasilitas, sistem administrasi, dan pelayanan yang mudah, cepat, responsif, serta dapat dipercaya. Hutagaol (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati petugas pajak dapat memberikan dampak positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Suarniti dan Putra (2022) serta Putra dan Supadmi (2025) juga menunjukkan bahwa pelayanan perpajakan yang berkualitas dapat meningkatkan kemauan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Dalam era digitalisasi, layanan seperti *e-Filing*, *e-Billing*, dan pepadanan NIK-NPWP diharapkan mampu mempermudah administrasi perpajakan. Namun, kendala teknis seperti gangguan sistem, keterbatasan pemahaman wajib pajak, dan kurangnya responsivitas aparat pajak masih dapat menghambat kepatuhan.

Dalam menjelaskan perilaku kepatuhan wajib pajak, penelitian ini menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Ajzen menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat,

sedangkan niat terbentuk dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dalam konteks perpajakan, sikap wajib pajak menjadi salah satu aspek penting karena mencerminkan penilaian positif atau negatif wajib pajak terhadap kewajiban pajak, sistem perpajakan, dan aparat pajak. Mangoting dan Mulyono (2021) menjelaskan bahwa pengetahuan atau kesadaran saja belum cukup untuk mendorong kepatuhan, karena diperlukan sikap yang mampu mengubah pemahaman menjadi tindakan nyata. Dengan demikian, sikap wajib pajak dapat berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh kesadaran dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai pengaruh kesadaran wajib pajak dan kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Rizky dan Fitri (2023) menemukan bahwa kesadaran dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa pemahaman dan pelayanan yang baik tidak selalu secara langsung meningkatkan kepatuhan, terutama apabila terdapat faktor psikologis yang menghambat niat wajib pajak untuk patuh. Hidayat dan Kusuma (2023) menyatakan bahwa sikap merupakan evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu perilaku, sehingga sikap dapat menjadi faktor penting dalam menjelaskan perilaku kepatuhan. Arifin dan Susanti (2025) juga menyatakan bahwa wajib pajak yang memiliki kesadaran tinggi cenderung membentuk sikap positif terhadap peraturan perpajakan. Sementara itu, Wijaya dan Lestari (2024) menjelaskan bahwa pelayanan yang tanggap, transparan, dan berkeadilan dapat membentuk sikap kooperatif wajib pajak terhadap otoritas pajak.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada pengaruh langsung antara kesadaran wajib pajak dan kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, kajian yang menempatkan sikap wajib pajak sebagai variabel mediasi, khususnya pada Wajib Pajak Orang Pribadi di wilayah perkotaan, masih relatif terbatas. Sari dan Rahayu (2022) menyatakan bahwa mekanisme psikologis yang menjembatani hubungan antara kesadaran, pelayanan, dan kepatuhan perlu dijelaskan secara lebih komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan sikap wajib pajak sebagai variabel mediasi untuk menganalisis pengaruh tidak langsung kesadaran wajib pajak dan kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran wajib pajak dan kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, serta menguji peran mediasi sikap wajib pajak dalam hubungan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian akuntansi keperilakuan dan perpajakan, serta memberikan kontribusi praktis bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam merumuskan strategi peningkatan kepatuhan wajib pajak melalui peningkatan kualitas pelayanan, penguatan sistem digital, dan pendekatan edukatif yang mampu membentuk sikap positif wajib pajak.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori kausal. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris melalui data numerik yang diperoleh dari responden. Sementara itu, pendekatan eksplanatori kausal digunakan untuk menjelaskan pengaruh kesadaran wajib pajak dan kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui sikap wajib pajak sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang berada di lingkungan KPP Pratama Jakarta Selatan. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada karakteristik wilayah Jakarta Selatan sebagai kawasan perkotaan dengan aktivitas ekonomi yang tinggi dan jumlah Wajib Pajak Orang Pribadi yang dinamis.

Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi yang aktif dan terdaftar di lingkungan KPP Pratama Jakarta Selatan. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini digunakan karena responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu Wajib Pajak Orang Pribadi yang memiliki kewajiban perpajakan dan pernah menggunakan layanan perpajakan. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada

responden. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap indikator variabel penelitian.

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel independen, satu variabel dependen, dan satu variabel mediasi. Variabel independen meliputi kesadaran wajib pajak (X1) dan kualitas pelayanan perpajakan (X2). Variabel dependen adalah kepatuhan wajib pajak (Y), sedangkan variabel mediasi adalah sikap wajib pajak (Z). Kesadaran wajib pajak menggambarkan pemahaman dan kemauan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kualitas pelayanan perpajakan menggambarkan kemampuan aparatur pajak dan sistem administrasi perpajakan dalam memberikan layanan yang mudah, cepat, andal, dan responsif. Sikap wajib pajak menggambarkan penilaian positif atau negatif wajib pajak terhadap sistem perpajakan, sedangkan kepatuhan wajib pajak menggambarkan perilaku wajib pajak dalam membayar dan melaporkan pajak sesuai ketentuan yang berlaku.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Analisis PLS-SEM dilakukan melalui dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*). Evaluasi *outer model* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk, sedangkan evaluasi *inner model* digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel serta menguji hipotesis penelitian.

Model hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat dirumuskan ke dalam persamaan struktural sebagai berikut:

Persamaan 1: Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Perpajakan terhadap Sikap Wajib Pajak

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_1$$

Keterangan:

Z = Sikap Wajib Pajak

α = Konstanta

β_1 = Koefisien pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Sikap Wajib Pajak

β_2 = Koefisien pengaruh Kualitas Pelayanan Perpajakan terhadap Sikap Wajib Pajak

X1 = Kesadaran Wajib Pajak

X2 = Kualitas Pelayanan Perpajakan

e_1 = Error term

Persamaan 2: Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Perpajakan, dan Sikap Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

$$Y = \alpha + \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2 + \beta_5 Z + e_2$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan Wajib Pajak

α = Konstanta

β_3 = Koefisien pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

β_4 = Koefisien pengaruh Kualitas Pelayanan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

β_5 = Koefisien pengaruh Sikap Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

X1 = Kesadaran Wajib Pajak

X2 = Kualitas Pelayanan Perpajakan

Z = Sikap Wajib Pajak

e_2 = Error term

Selain pengaruh langsung, penelitian ini juga menguji pengaruh tidak langsung untuk melihat peran mediasi sikap wajib pajak. Persamaan pengaruh tidak langsung dirumuskan sebagai berikut:

Pengaruh tidak langsung X1 terhadap Y melalui Z

$$X_1 \rightarrow Z \rightarrow Y = \beta_1 \times \beta_5$$

Pengaruh tidak langsung X2 terhadap Y melalui Z

$$X_2 \rightarrow Z \rightarrow Y = \beta_2 \times \beta_5$$

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai t-statistic dan p-value. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value lebih kecil dari 0,05. Sebaliknya, hipotesis dinyatakan ditolak apabila nilai t-statistic lebih kecil dari 1,96 atau nilai p-value lebih besar dari 0,05. Dengan model tersebut, penelitian ini dapat menjelaskan apakah kesadaran wajib pajak dan kualitas pelayanan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, serta apakah sikap wajib pajak mampu menjadi variabel mediasi dalam hubungan tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil subjek yang terlibat dalam penelitian. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) yang terdaftar dan aktif di wilayah kerja Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Selatan. Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Rincian karakteristik responden disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	58	58%
	Perempuan	42	42%
	Total	100	100%
Usia	19–25 tahun	51	51%
	26–32 tahun	28	28%
	34–39 tahun	12	12%
	41–55 tahun	9	9%
	Total	100	100%
Pekerjaan	Pegawai Swasta	51	51%
	PNS	23	23%
	Wiraswasta	20	20%
	Lain-lain	6	6%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, karakteristik responden menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 58 orang atau 58%. Sementara itu, responden perempuan berjumlah 42 orang atau 42%. Komposisi ini menunjukkan bahwa partisipasi responden laki-laki dalam penelitian ini lebih dominan dibandingkan responden perempuan. Dengan demikian, persepsi responden terhadap kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan perpajakan, sikap wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak lebih banyak direpresentasikan oleh kelompok laki-laki.

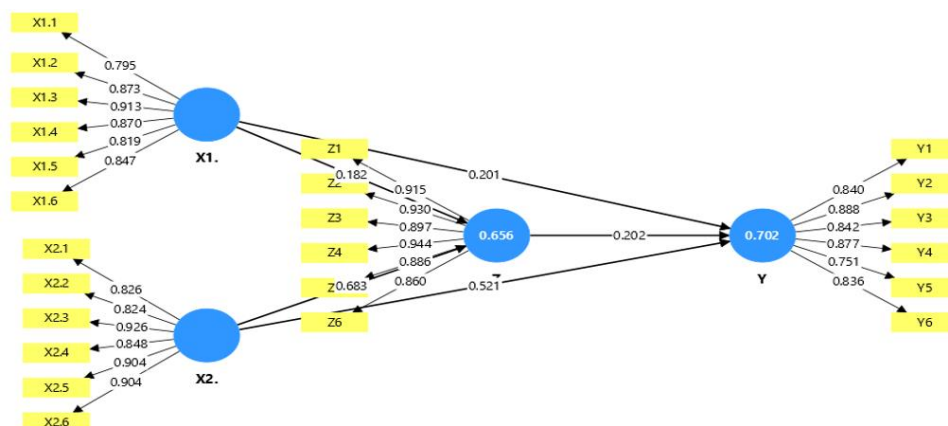
Berdasarkan usia, responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 19–25 tahun, yaitu sebanyak 51 orang atau 51%. Kelompok usia 26–32 tahun menempati posisi kedua dengan jumlah 28 orang atau 28%. Selanjutnya, responden berusia 34–39 tahun berjumlah 12 orang atau 12%, sedangkan kelompok usia 41–55 tahun merupakan kelompok paling sedikit, yaitu 9 orang atau 9%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kelompok usia produktif muda. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa responden memiliki keterkaitan dengan aktivitas ekonomi dan administrasi perpajakan, tetapi kemungkinan masih berada pada tahap awal dalam membangun kedisiplinan dan pengalaman perpajakan.

Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden berprofesi sebagai pegawai swasta, yaitu sebanyak 51 orang atau 51%. Responden yang bekerja sebagai PNS berjumlah 23 orang atau 23%, sedangkan responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 20 orang atau 20%. Adapun responden dengan pekerjaan lain-lain berjumlah 6 orang atau 6%. Temuan ini menunjukkan bahwa Wajib Pajak Orang Pribadi yang menjadi responden penelitian didominasi oleh pekerja sektor swasta. Dominasi pegawai

swasta menunjukkan bahwa kelompok ini memiliki peran penting dalam kepatuhan perpajakan, terutama dalam hal pelaporan dan pemenuhan kewajiban perpajakan secara mandiri.

Karakteristik responden menunjukkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden laki-laki, berusia 19–25 tahun, dan bekerja sebagai pegawai swasta. Profil ini menggambarkan bahwa responden penelitian berasal dari kelompok usia produktif muda yang aktif secara ekonomi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai perilaku kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, khususnya pada kelompok pekerja muda di wilayah perkotaan.

Outer Model



Sumber: Hasil Diolah Smart PLS, 2026

Gambar 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai kelayakan setiap indikator dalam mengukur variabel laten pada model reflektif. Pengujian dilakukan melalui nilai outer loading yang dihasilkan dari analisis PLS. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading factor di atas 0,5.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Loading	Keterangan
Kesadaran Wajib Pajak	X1.1	0.795	Valid
	X1.2	0.873	Valid
	X1.3	0.913	Valid
	X1.4	0.87	Valid
	X1.5	0.819	Valid
	X.1.6	0.847	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.1	0.826	Valid
	X2.2	0.824	Valid
	X2.3	0.926	Valid
	X2.4	0.848	Valid
	X2.5	0.904	Valid
	X2.6	0.904	Valid
Kepatuhan Wajib pajak	Y.1	0.84	Valid
	Y.2	0.888	Valid
	Y.3	0.842	Valid
	Y.4	0.877	Valid
	Y.5	0.751	Valid
	Y.6	0.836	Valid
Keputusan pembelian	Z.1	0.915	Valid
	Z.2	0.93	Valid
	Z.3	0.897	Valid

Variabel	Indikator	Loading	Keterangan
	Z.4	0.944	Valid
	Z.5	0.886	Valid
	Z.6	0.86	Valid

Sumber: Hasil Diolah Smart PLS, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator dalam penelitian ini memiliki nilai outer loading di atas 0,5, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliabilit (Rho_A)	Composite Reliability (Rho_C)	AVE	Keterangan
Kesadaran Wajib Pajak (X1)	0.925	0.926	0.942	0.729	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0.937	0.945	0.95	0.762	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0.916	0.921	0.935	0.706	Reliabel
Sikap Wajib Pajak (Z)	0.956	0.956	0.965	0.82	Reliabel

Sumber: Hasil Diolah Smart PLS, 2026

Hasil evaluasi outer model menunjukkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas. Nilai Average Variance Extracted (AVE) pada variabel Kesadaran Wajib Pajak (0,729), Kualitas Pelayanan Perpajakan (0,762), Kepatuhan Wajib Pajak (0,706), dan Sikap Wajib Pajak (0,820) seluruhnya berada di atas 0,50. Dengan demikian, setiap indikator dinyatakan valid dalam merepresentasikan variabel latennya.

Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability seluruh variabel berada di atas 0,70. Nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel berkisar antara 0,916 hingga 0,956, sedangkan nilai Composite Reliability berkisar antara 0,935 hingga 0,965. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang sangat baik, sehingga layak digunakan untuk tahap analisis berikutnya, yaitu pengujian model struktural atau inner model.

R Square

Tabel 4. R-Square

Variabel	R-Square	R=Square Adjusted
Kepatuhan Wajib Pajak	0.702	0.693
Sikap Wajib Pajak	0.656	0.649

Sumber: Data diolah, 2026.

Hasil analisis *R-Square* menunjukkan bahwa model struktural memiliki kemampuan prediksi yang baik. Variabel Kepatuhan Wajib Pajak memperoleh nilai *R-Square* sebesar 0,702 dan *Adjusted R-Square* sebesar 0,693. Artinya, sebesar 70,2% variasi Kepatuhan Wajib Pajak dapat dijelaskan oleh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Perpajakan, dan Sikap Wajib Pajak, sedangkan sisanya 29,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Sementara itu, variabel Sikap Wajib Pajak memperoleh nilai *R-Square* sebesar 0,656 dan *Adjusted R-Square* sebesar 0,649. Hal ini menunjukkan

Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation	T Statistik	P Value	Keterangan
Kesadaran Wajib Pajak=>Kepatuhan Wajib pajak	0.201	0.229	0.176	1.139	0.255	Tidak Signifikan
Kesadaran Wajib Pajak => Sikap Wajib pajak	0.182	0.202	0.145	1.258	0.209	Tidak Signifikan
Kualitas Pelayanan=>Kepatuhan Wajib pajak	0.521	0.480	0.234	2.231	0.026	Signifikan
Kualitas Pelayanan => Sikap Wajib Pajak	0.683	0.672	0.147	4.647	0,000	Signifikan
Sikap Wajib Pajak =>kepatuhan Wajib Pajak	0.202	0.224	0.189	1.070	0.285	Tidak Signifikan

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 5, pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien Original Sample (O), T Statistik, dan P Value. Suatu hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai T Statistik > 1,96 dan P Value < 0,05. Berikut pembahasannya.

1. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak memiliki nilai Original Sample sebesar 0,201, T Statistik sebesar 1,139, dan P Value sebesar 0,255. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran wajib pajak, maka kepatuhan wajib pajak cenderung meningkat. Namun, karena nilai T Statistik lebih kecil dari 1,96 dan P Value lebih besar dari 0,05, maka pengaruh tersebut tidak signifikan. Dengan demikian, kesadaran wajib pajak belum mampu memberikan pengaruh nyata terhadap kepatuhan wajib pajak.

2. Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Sikap Wajib Pajak

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Sikap Wajib Pajak memiliki nilai Original Sample sebesar 0,182, T Statistik sebesar 1,258, dan P Value sebesar 0,209. Koefisien positif menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran wajib pajak cenderung diikuti oleh peningkatan sikap wajib pajak. Namun, hasil tersebut tidak signifikan karena nilai T Statistik berada di bawah 1,96 dan P Value lebih besar dari 0,05. Artinya, kesadaran wajib pajak tidak cukup kuat dalam membentuk sikap wajib pajak secara nyata.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan nilai Original Sample sebesar 0,521, T Statistik sebesar 2,231, dan P Value sebesar 0,026. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan perpajakan, maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak. Karena nilai T Statistik lebih besar dari 1,96 dan P Value lebih kecil dari 0,05, maka pengaruh ini dinyatakan signifikan. Dengan demikian, kualitas pelayanan perpajakan terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Sikap Wajib Pajak

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Sikap Wajib Pajak memiliki nilai Original Sample sebesar 0,683, T Statistik sebesar 4,647, dan P Value sebesar 0,000. Koefisien positif menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan perpajakan yang diberikan, maka semakin positif sikap wajib pajak terhadap sistem perpajakan. Nilai T Statistik yang jauh lebih besar dari 1,96 dan P Value yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Artinya, kualitas pelayanan perpajakan mampu membentuk sikap positif wajib pajak secara kuat.

5. Pengaruh Sikap Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh Sikap Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak memiliki nilai Original Sample sebesar 0,202, T Statistik sebesar 1,070, dan P Value sebesar 0,285. Koefisien positif menunjukkan bahwa sikap wajib pajak yang semakin baik cenderung meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Namun, karena nilai T Statistik lebih kecil dari 1,96 dan P Value lebih besar dari 0,05, maka pengaruh tersebut tidak signifikan. Dengan demikian, sikap wajib pajak belum terbukti mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara langsung.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, kesadaran wajib pajak terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *P-value* sebesar 0,255 yang lebih besar dari 0,05 dan nilai *T-statistics* sebesar 1,139 yang lebih kecil dari 1,96. Meskipun koefisien hubungan menunjukkan arah positif, hasil tersebut belum cukup kuat secara statistik untuk membuktikan bahwa peningkatan kesadaran wajib pajak mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara nyata. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman wajib pajak mengenai fungsi pajak bagi negara belum tentu langsung mendorong perilaku patuh dalam membayar dan melaporkan pajak. Dengan kata lain, kesadaran secara kognitif belum sepenuhnya terinternalisasi menjadi tindakan kepatuhan yang konkret. Kondisi ini dapat terjadi karena sebagian besar responden berada pada kelompok usia produktif muda dan bekerja sebagai pegawai swasta, sehingga pemahaman konseptual mengenai pajak belum selalu diikuti oleh kedisiplinan administratif dan finansial dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Berbeda dengan kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan perpajakan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil pengujian menunjukkan nilai *T-statistics* sebesar 2,231 yang lebih besar dari 1,96 dan *P-value* sebesar 0,026 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan perpajakan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak. Pelayanan yang responsif, andal, empatik, serta didukung oleh kemudahan akses sistem digital seperti *e-Filing* dapat mengurangi hambatan administratif yang dihadapi wajib pajak. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), kualitas pelayanan perpajakan dapat dipahami sebagai bentuk *perceived behavioral control*, yaitu faktor yang membuat wajib pajak merasa lebih mudah dan mampu dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Ketika proses administrasi menjadi lebih sederhana, cepat, dan tidak menyulitkan, wajib pajak akan lebih terdorong secara pragmatis untuk memenuhi kewajibannya.

Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa sikap wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai *P-value* sebesar 0,285 yang lebih besar dari 0,05 dan *T-statistics* sebesar 1,070 yang lebih kecil dari 1,96 menunjukkan bahwa sikap wajib pajak belum mampu menjelaskan kepatuhan secara langsung. Temuan ini menunjukkan bahwa pandangan positif terhadap pajak, keyakinan bahwa pajak penting, atau persepsi yang baik terhadap sistem perpajakan belum tentu berlanjut menjadi tindakan nyata dalam bentuk kepatuhan. Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara sikap atau penilaian mental wajib pajak dengan perilaku aktual dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Dalam konteks Wajib Pajak Orang Pribadi di Jakarta Selatan, kepatuhan tampaknya lebih banyak dipengaruhi oleh faktor praktis, seperti kemudahan layanan dan efisiensi administrasi, dibandingkan semata-mata oleh sikap normatif atau afektif terhadap pajak.

Selanjutnya, sikap wajib pajak juga tidak terbukti mampu memediasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari jalur kesadaran wajib pajak terhadap sikap wajib pajak yang tidak signifikan dengan *P-value* sebesar 0,209, serta jalur sikap wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak yang juga tidak signifikan dengan *P-value* sebesar 0,285. Dengan demikian, hubungan tidak langsung antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan melalui sikap wajib pajak tidak dapat dibuktikan secara empiris. Secara teoretis, hasil ini menunjukkan bahwa kesadaran mengenai aturan dan fungsi pajak belum mampu membentuk sikap yang cukup kuat untuk mendorong perilaku patuh. Artinya, rute psikologis yang diharapkan dalam model mediasi tidak berjalan secara efektif, sehingga kepatuhan wajib pajak tidak dapat dibentuk hanya melalui edukasi atau peningkatan pemahaman yang bersifat doktrinal.

Selain itu, sikap wajib pajak juga tidak mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Meskipun kualitas pelayanan perpajakan terbukti

berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap wajib pajak dengan *P-value* sebesar 0,000, sikap tersebut tidak berlanjut menjadi perilaku kepatuhan karena hubungan sikap terhadap kepatuhan tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan perpajakan yang baik memang dapat membentuk sikap positif wajib pajak terhadap otoritas pajak, tetapi sikap positif tersebut tidak cukup kuat untuk menjadi perantara dalam meningkatkan kepatuhan. Dengan demikian, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan lebih bersifat langsung daripada tidak langsung melalui sikap. Wajib pajak cenderung patuh bukan semata-mata karena sikapnya menjadi lebih positif setelah menerima pelayanan yang baik, melainkan karena proses administrasi perpajakan menjadi lebih mudah, cepat, jelas, dan tidak merepotkan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan perpajakan merupakan faktor yang paling dominan dalam mendorong kepatuhan wajib pajak. Kesadaran dan sikap wajib pajak memang memiliki arah hubungan positif, tetapi tidak terbukti signifikan secara statistik. Temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks wajib pajak orang pribadi di wilayah perkotaan, kepatuhan lebih banyak dipengaruhi oleh aspek pelayanan yang praktis dan fasilitatif. Oleh karena itu, peningkatan kepatuhan wajib pajak perlu diarahkan pada perbaikan kualitas layanan, kemudahan penggunaan sistem digital, kecepatan respons petugas pajak, serta penyederhanaan prosedur administrasi perpajakan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, penelitian ini menyimpulkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak maupun terhadap pembentukan sikap wajib pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai aturan, fungsi, dan manfaat pajak bagi negara belum cukup untuk mendorong Wajib Pajak Orang Pribadi memenuhi kewajibannya secara nyata. Dalam perspektif Theory of Planned Behavior (TPB), pengetahuan kognitif belum tentu menghasilkan niat dan perilaku patuh apabila tidak didukung oleh faktor kendali perilaku yang kuat. Sebaliknya, kualitas pelayanan perpajakan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak serta mampu membentuk sikap wajib pajak secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang mudah, responsif, andal, dan didukung sistem digital seperti e-Filing dapat menurunkan hambatan administratif serta meningkatkan dorongan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa sikap wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, sikap wajib pajak juga tidak mampu memediasi pengaruh kesadaran wajib pajak maupun kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan ini mengindikasikan bahwa sikap positif terhadap pajak belum tentu berubah menjadi tindakan kepatuhan aktual. Secara keseluruhan, kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di lingkungan KPP Pratama Jakarta Selatan lebih banyak dipengaruhi oleh pendekatan fasilitatif-pragmatis, terutama kualitas pelayanan, dibandingkan pendekatan kognitif-afektif berupa kesadaran dan sikap. Oleh karena itu, Direktorat Jenderal Pajak perlu memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan, stabilitas sistem digital, penyederhanaan prosedur, serta peningkatan profesionalisme dan responsivitas fiskus agar kepatuhan wajib pajak dapat terus ditingkatkan secara berkelanjutan.

Referensi

- Al-Zaqeba, M. A. A., & AL-Rashdan, M. T. (2022). Extension of the theory of planned behavior: Tax compliance of small and medium enterprises in Jordan. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 13(1), 13–21. <https://doi.org/10.33094/ijaefa.v13i1.597>
- Arifin, Z., & Susanti, A. (2025). Dampak literasi dan kesadaran pajak terhadap kepatuhan generasi milenial. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 22(1), 45–60. <https://doi.org/10.21098/jaki.v22i1.2025>
- Astuti, K. P. D., Verawati, Y., & Rustiarini, N. W. (2019). Pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan pajak, kewajiban moral, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor SAMSAT Gianyar. *Jurnal Sains, Akuntansi dan Manajemen*, 1(1), 142–179.

- Frecky, F., & Waluyo, H. (2025). The effect of tax sanctions, tax knowledge, and tax socialization on individual taxpayer compliance with taxpayer awareness as a mediation variable. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 4(10), 1255–1264. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v4i10.831>
- Gaol, I. M. L., & Benarda, B. (2025). Pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Samsat Serpong. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(4), 364–377.
- Hidayat, A., & Kusuma, B. (2023). Peran sikap wajib pajak sebagai variabel intervening pada kepatuhan pajak orang pribadi di era digital. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 15(2), 112–128. <https://doi.org/10.23969/jrak.v15i2.2023>
- Hutagaol, E. S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah*, 1(2), 257. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v1i2.5222>
- Mangoting, Y., & Mulyono, J. (2021). Is tax knowledge enough? The role of attitude as intervening variable. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 23(1), 22–35. <https://doi.org/10.9744/jak.23.1.22-35>
- Nguyen, T. T., Tran, M. D., & Le, T. H. (2024). The impact of tax service quality on tax compliance: The mediating role of taxpayer attitude. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2314567. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2314567>
- Putra, I. G. N. F., & Supadmi, N. L. (2025). The effect of tax socialization, tax understanding, and service quality on taxpayer compliance: A study on individual taxpayers at KPP Pratama Gianyar. *International Journal of Management*, 2(3), 251–261.
- Rizky, A., & Fitri, M. (2023). Efektivitas kualitas pelayanan pajak dalam mendorong kepatuhan wajib pajak pasca pandemi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 18(1), 88–104. <https://doi.org/10.24843/JIAB.2023.v18.i01.p07>
- Sari, R., & Rahayu, S. (2022). Pengaruh kesadaran wajib pajak dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan sanksi pajak sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 10(2), 200–215. <https://doi.org/10.32493/jiaup.v10i2.2022>
- Suarniti, N. K., & Putra, C. G. B. (2022). Pengaruh kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan dan kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Hita Akuntansi dan Keuangan*, 3(2), 108–116. <https://doi.org/10.32795/hak.v3i2.2346>
- Taing, H. B., & Chang, Y. (2021). Determinants of tax compliance intention: Focus on the theory of planned behavior. *International Journal of Public Administration*, 44(1), 62–73. <https://doi.org/10.1080/01900692.2019.1672185>
- Tirayoh, R. M. (2023). The effect of taxation socialization, taxation knowledge, and service quality on corporate taxpayer compliance with taxpayer awareness as an intervening variable at KPP Pratama Selatan Batam City. *Jurnal Ilmiah*, 1(4).
- Wijaya, H., & Lestari, D. (2024). Analisis sikap wajib pajak terhadap penerapan sistem administrasi modern Direktorat Jenderal Pajak. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*, 5(1), 33–47. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v5i1.2024>