

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kesadaran pajak, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan pajak, dan kepercayaan terhadap otoritas pajak terhadap kepatuhan pajak. Selain itu penelitian ini juga menganalisis pengaruh moderasi kepercayaan terhadap otoritas pajak pada hubungan kesadaran pajak terhadap kepatuhan pajak, hubungan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan pajak, dan hubungan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan pajak. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner pada usaha yang tergolong UMKM di Kota Makassar. Jumlah responden yang terkumpul adalah sebanyak 130 responden yang merupakan gabungan dari hasil penyebaran kuesioner secara langsung maupun melalui media sosial. Sebagai tambahan penelitian ini juga menggunakan metode wawancara yang bertujuan untuk memperoleh informasi dengan mengonfirmasi pertanyaan kuesioner dan/atau menemukan fenomena yang relevan dengan variabel penelitian berdasarkan sudut pandang informan. Hasil penelitian ini adalah secara parsial variabel kesadaran pajak dan kualitas pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak, sementara variabel sosialisasi perpajakan dan kepercayaan terhadap otoritas pajak secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak. Adapun pengaruh moderasi variabel kepercayaan terhadap otoritas pajak dapat memperkuat pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan pajak, memperlemah pengaruh kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan pajak serta tidak berhasil memoderasi pengaruh kesadaran pajak terhadap kepatuhan pajak

Kata kunci: kepatuhan pajak, kesadaran, sosialisasi, kualitas pelayanan, kepercayaan

Abstract

The purpose of this study is to analyze the effect of tax awareness, tax socialization, tax service quality, and trust in tax authorities on tax compliance. In addition, this study also analyzes the moderating effect of trust in tax authorities on the relationship of tax awareness to tax compliance, the relationship of tax socialization to tax compliance, and the relationship of tax service quality to tax compliance. This study uses a survey method by distributing questionnaires to businesses classified as MSMEs in Makassar City. The number of respondents collected was 130 respondents which was a combination of the results of distributing questionnaires directly and through social media. In addition, this study also uses an interview method which aims to obtain information by confirming questionnaire questions and/or finding phenomena relevant to the research variables based on the informant's point of view. The results of this study are partially tax awareness variables and tax service quality have a positive and significant effect on tax compliance, while tax socialization variables and trust in tax authorities partially have no significant effect on tax compliance. The moderating effect of the variable trust in tax authorities can strengthen the effect of tax socialization on tax compliance, weaken the effect of tax service quality on tax compliance and fail to moderate the effect of tax awareness on tax compliance.

Keywords: tax compliance, awareness, socialization, service quality, trust