

Optimalisasi Edukasi Perpajakan Melalui Konten Digital Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Pemahaman Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi di Kalangan Gen Z Kota Malang

Rizki Sabilla^{1*}, Moh. Amin², Afifudin³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Korespondensi: rizbilla2002@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Digital Content Usage, Digital Media Literacy, and Digital Service Intensity on Tax Compliance among Generation Z in Malang City, with Tax Knowledge as a moderating variable. A quantitative approach was employed using a survey method, and data were collected through an online questionnaire distributed to 115 respondents who are Generation Z taxpayers. Data analysis was conducted using SPSS version 27. The stages of data analysis in this study included: validity test, reliability test, normality test, classical assumption tests (multicollinearity and heteroscedasticity), multiple linear regression analysis, moderated regression analysis (MRA), F-test, coefficient of determination (R^2), and t-test. The results showed that Digital Content Usage and Digital Media Literacy have a positive and significant effect on Tax Compliance. However, Digital Service Intensity did not have a significant effect. Moreover, Tax Knowledge failed to moderate the relationship between the three independent variables and Tax Compliance. These findings offer important implications for tax authorities in designing effective tax education strategies that align with the characteristics of Generation Z.

Keywords: Digital content, digital media, digital services, tax compliance, tax knowledge, spss 27, generation z

PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang menopang keberlanjutan pembangunan nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023, penerimaan pajak menyumbang sekitar 80,32% dari total pendapatan negara sebesar Rp2.637 triliun, jauh melampaui kontribusi Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) sebesar 19,56% dan hibah sebesar 0,12% (Agustin, 2024). Meski demikian, rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak masih menjadi tantangan signifikan yang menghambat pencapaian target penerimaan negara dan pelaksanaan program pembangunan (Kurniawan et al., 2023).

McKerchar (2003) mengklasifikasikan ketidakpatuhan pajak menjadi dua faktor utama, yaitu ketidaktahuan dan ketidakpatuhan yang disengaja. Ketidaktahuan muncul karena kurangnya pemahaman atas kewajiban perpajakan, sedangkan ketidakpatuhan sengaja dilakukan melalui manipulasi pelaporan. Kondisi ini menunjukkan pentingnya upaya edukatif yang mampu meningkatkan literasi dan kesadaran pajak masyarakat, terutama generasi muda sebagai calon wajib pajak potensial. Namun, riset Afritenti et al. (2020) menunjukkan bahwa mayoritas generasi muda belum memahami manfaat dan fungsi pajak secara memadai.

Generasi Z, yakni individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan populasi besar di Indonesia, termasuk di Kota Malang yang tercatat memiliki 205.258 jiwa Gen Z (BPS, 2020). Meski akrab dengan teknologi digital, hanya 45% dari mereka yang memahami fungsi pajak secara mendalam (Zega et al., 2024). Penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa edukasi perpajakan berbasis digital merupakan pendekatan yang relevan dan efektif bagi generasi ini (I. Wijaya & Meita, 2024). Digitalisasi tidak hanya meningkatkan akses informasi, tetapi juga menyediakan sarana pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik digital native Gen Z.

Pemanfaatan konten digital, pemahaman terhadap media digital, dan intensitas pelayanan digital menjadi faktor kunci dalam mendukung edukasi perpajakan modern. Konten digital yang edukatif dapat menarik minat Gen Z untuk memahami ketentuan perpajakan (Suharsono & Galvani, 2020). Namun, efektivitas konten tersebut sangat bergantung pada sejauh mana mereka memahami media digital yang digunakan (Boediono et al., 2019). Di sisi lain, pelayanan digital dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang cepat dan terintegrasi dapat meningkatkan partisipasi aktif wajib pajak (Alamri et al., 2021).

Dengan lebih dari 170 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia, media digital menjadi saluran potensial untuk menyampaikan edukasi pajak secara kuat dan interaktif (Arofah, 2021). Studi sebelumnya L.Darmian (2021) dan A. Wijaya & Sutomo (2023) menunjukkan bahwa edukasi pajak berbasis digital mampu meningkatkan kepatuhan melalui penyampaian informasi yang mudah diakses, fleksibel, dan menarik. Namun, terdapat beberapa celah penelitian yang belum banyak dikaji, yaitu: (1) keterbatasan studi yang fokus pada Gen Z sebagai sasaran utama edukasi digital perpajakan; (2) kurangnya penelitian yang menempatkan pemahaman perpajakan sebagai variabel Moderasi; dan (3) minimnya studi kontekstual di wilayah lokal seperti Kota Malang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan konten digital, pemahaman media digital, dan intensitas pelayanan digital terhadap kepatuhan wajib pajak Gen Z di Kota Malang, dengan memasukkan pemahaman perpajakan sebagai variabel Moderasi. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur edukasi perpajakan berbasis digital serta memberikan implikasi praktis bagi pemerintah, institusi pendidikan, dan lembaga non-pemerintah dalam merancang strategi edukasi perpajakan yang lebih efektif bagi generasi muda.

TINJAUAN PUSTAKA

***Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana)**

Theory of Planned Behavior (TPB) yang diperkenalkan oleh Ajzen (1991) menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat untuk bertindak, yang dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks perpajakan, TPB digunakan untuk menganalisis bagaimana niat wajib pajak dipengaruhi oleh pemahaman terhadap manfaat pajak, tekanan sosial, dan kendala yang dirasakan (Torgler, 2007). Menurut Lesmana et al. (2018) teori ini menggunakan tiga jenis pertimbangan yaitu: 1) Sikap terhadap perilaku (*Attitude*): Sikap ini mencerminkan keyakinan individu tentang hasil dari suatu tindakan, baik keuntungan atau kerugian. Sikap positif terhadap pajak dapat memotivasi individu untuk memenuhi kewajiban pajak mereka. 2) Norma subjektif (*Subjective norm*): Norma ini berkaitan dengan persepsi individu tentang ekspektasi orang penting dalam hidup mereka, seperti keluarga atau teman. Tekanan sosial ini dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk mematuhi kewajiban pajak. 3) Kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived behavioral control*): Persepsi individu terhadap kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan tindakan. Faktor ini mencakup pengalaman sebelumnya serta kendala yang dihadapi dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Menurut Lesmana et al. (2018), TPB memberikan kerangka kerja yang efektif untuk memahami faktor-faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi kepatuhan pajak.

Penggunaan Konten Digital

Konten digital mencakup informasi yang disebarkan melalui media digital seperti situs web, aplikasi, dan media sosial, termasuk teks, gambar, video, dan audio (Tambun et al., 2020). Penggunaan konten digital dalam edukasi perpajakan terbukti efektif, khususnya untuk menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. L.Darmian (2021) mengungkapkan bahwa platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok dapat digunakan

untuk menyampaikan informasi perpajakan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh khalayak muda. I. Wijaya & Meita (2024) menegaskan bahwa strategi edukasi berbasis konten digital dapat meningkatkan kesadaran pajak secara signifikan, jika informasi disampaikan dengan cara yang relevan dan menarik. Oleh karena itu, pemanfaatan platform digital sebagai media edukasi pajak sangat penting untuk meningkatkan pemahaman perpajakan di kalangan Generasi Z.

Pemahaman Media Digital

Pemahaman media digital adalah kemampuan individu dalam menggunakan dan memanfaatkan media digital untuk memperoleh informasi. Dalam konteks edukasi perpajakan, pemahaman yang baik tentang media digital sangat penting untuk efektivitas penyampaian informasi perpajakan (Pratama & Sudiartana dalam Savira, 2023). Sarasti (dalam L. Darmian, 2021) mengungkapkan bahwa media digital seperti tulisan, gambar, video, dan audio yang digunakan oleh DJP dapat membantu masyarakat memahami kewajiban perpajakan dengan cara yang lebih mudah dan menarik. Peningkatan pemahaman media digital di kalangan wajib pajak, khususnya di kalangan generasi muda, dapat meningkatkan partisipasi mereka dalam program edukasi pajak yang diselenggarakan oleh DJP.

Intensitas Pelayanan Digital

Pelayanan digital merujuk pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam penyampaian layanan publik yang lebih efisien dan mudah diakses. Ali et al. (2019) menyatakan bahwa pelayanan digital memungkinkan masyarakat untuk mengakses layanan perpajakan secara online, tanpa perlu hadir secara fisik di kantor pajak. Pelayanan yang intens melalui platform digital dapat meningkatkan kemudahan akses informasi dan mempercepat proses administrasi perpajakan. Rysaka et al. (2014) menambahkan bahwa pelayanan digital yang diberikan oleh DJP dapat meningkatkan kemudahan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan mereka, yang pada gilirannya dapat mendorong kepatuhan pajak.

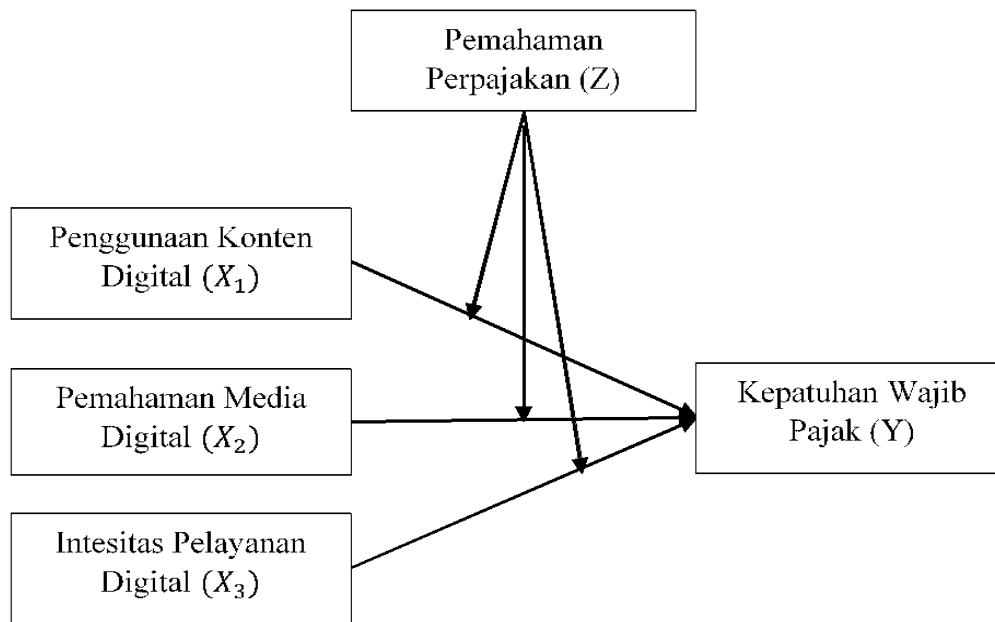
Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan pajak merujuk pada kesadaran dan kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan mereka, yang meliputi pengisian formulir pajak, penghitungan pajak yang terutang, dan pembayaran tepat waktu. Zain & Wijoyanti (dalam "Memahami Konsep Kepatuhan Pajak" (2022) menyatakan bahwa kepatuhan pajak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor hukum, tetapi juga oleh faktor sosial, ekonomi, dan psikologis. Perilaku wajib pajak dipengaruhi oleh persepsi terhadap sistem perpajakan, kepercayaan terhadap pemerintah, serta tekanan sosial yang ada di lingkungan mereka (Andreoni et al., 1998). James & Alley (2002) mengemukakan bahwa kepatuhan pajak dipengaruhi oleh sistem perpajakan yang diterapkan, termasuk tarif pajak dan kemudahan dalam administrasi pajak. Edukasi yang berbasis pada pemahaman yang jelas tentang kewajiban perpajakan, terutama melalui media digital, dapat membantu meningkatkan tingkat kepatuhan pajak di kalangan Generasi Z.

Pemahaman Perpajakan

Pemahaman perpajakan adalah pengetahuan individu tentang aturan dan kewajiban perpajakan yang ada. Komarudin & Hermawan (2022) menjelaskan bahwa pemahaman yang baik mengenai sistem perpajakan membantu wajib pajak dalam menghindari kesalahan dalam pelaporan dan pembayaran pajak. Edukasi perpajakan berbasis digital memiliki potensi untuk meningkatkan pemahaman pajak di kalangan generasi muda, yang sangat tergantung pada teknologi digital. Pendidikan yang baik mengenai sistem perpajakan dapat membentuk sikap positif terhadap pajak dan meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya secara sukarela.

Kerangka Konseptual



Berdasarkan kerangka konseptual diatas, hipotesis alternatif penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1** : Penggunaan Konten Digital Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
- H2** : Pemahaman Media Digital Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
- H3** : Intesitas Pelayanan Digital Berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
- H4** : Pemahaman Perpajakan Memoderasi Hubungan antara Penggunaan Konten Digital terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
- H5** : Pemahaman Perpajakan Memoderasi Hubungan antara Pemahaman Media Digital terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
- H6** : Pemahaman Perpajakan Memoderasi Hubungan antara Intesitas Pelayanan Digital terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2013:14), pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menekankan pada pengukuran objektif terhadap fenomena, serta menggunakan analisis data berupa angka atau data yang dapat dikategorikan secara numerik. Pendekatan penelitian ini melalui beberapa tahapan yaitu mengumpulkan data, melalui penyebaran kuesioner, menganalisis data, dan pengujian hipotesis. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring yang disebarluaskan melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei, dengan menyebarkan instrumen berupa *Google Forms* kepada responden yang memenuhi kriteria inklusi.

Populasi

Menurut Sugiyono (2013), populasi merupakan suatu area atau kumpulan yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti sebagai fokus studi untuk dianalisis dan diambil kesimpulan. Populasi penelitian ini adalah generasi z di Kota Malang.

Sampel

Menurut Sugiyono (2013:81), sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi. Pada penelitian ini

menggunakan metode *accidental sampling* dengan beberapa kriteria inklusi yang telah ditentukan. Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Hair et al. (dalam Kunto et al., 2013), yaitu minimal 5 kali jumlah indikator. Dengan jumlah indikator sebanyak 23 item pernyataan, maka jumlah minimum sampel yang diperoleh sebanyak 115 responden Generasi Z yang berdomisili di Kota Malang dan berusia 23 hingga 27 tahun yang memenuhi kriteria sebagai wajib pajak berdasarkan kepemilikan NPWP atau NIK sebagai NPWP, memiliki pemahaman dasar perpajakan, dan penghasilan maksimal Rp4,8 miliar per tahun.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta melihat peran variabel moderasi. Terdapat dua model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Model 1 (Regresi Linear Berganda):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Model 2 (Moderated Regression Analysis/MRA):

$$Y = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 X + \beta_3 X + \beta_4 Z + \beta_5 (X_1 \cdot Z) + \beta_6 (X_2 \cdot Z) + \beta_7 (X_3 \cdot Z) + e$$

Keterangan:

- Y : Kepatuhan wajib pajak (variabel dependen).
- α : Konstanta (nilai Y ketika semua variabel Independen dan interaksi bernilai nol).
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi edukasi perpajakan digital (X).
- β_4 : Koefisien regresi pemahaman perpajakan (Z).
- $\beta_5, \beta_6, \beta_7$: Koefisien regresi variabel interaksi ($X_1 \cdot Z, X_2 \cdot Z, X_3 \cdot Z$).
- X_1 : Penggunaan konten digital.
- X_2 : Pemahaman media digital.
- X_3 : Intensitas pelayanan digital.
- Z : Pemahaman perpajakan (Variabel Moderasi).
- $X_1 \cdot Z, X_2 \cdot Z, X_3 \cdot Z$: Variabel interaksi.
- e : Standar error

Pengujian dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 27.0 dengan langkah-langkah: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), uji normalitas serta pengujian hipotesis melalui uji F, koefisien determinasi (R^2), dan uji t.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. dev
Penggunaan Konten Digital	115	1	5	4.16	.854
Pemahaman Media Digital	115	1	5	4.14	.995
Intensitas Pelayanan Digital	115	1	5	4.35	.735
Kepatuhan Wajib Pajak	115	1	5	4.33	.711
Pemahaman Perpajakan	115	1	5	4.19	.751
Valid N (<i>listwise</i>)	115				

Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Berdasarkan tabel 1, penelitian ini menggunakan total 115 observasi yang berasal dari responden Generasi Z di Kota Malang. Observasi ini diperoleh dari kuesioner yang kembali dan valid untuk dianalisis. Seluruh data responden dinyatakan layak dan dapat digunakan dalam proses pengolahan data selanjutnya. Pada variabel Penggunaan Konten Digital (X_1) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,16, dengan nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum sebesar 5. Nilai minimum ini menunjukkan bahwa terdapat responden yang sangat tidak setuju

terhadap pernyataan yang diajukan, sedangkan nilai maksimum menunjukkan bahwa ada responden yang sangat setuju. Selain itu, nilai standar deviasi diperoleh sebesar 0,854 yang menunjukkan penyebaran data berada pada kategori moderat. Pada variabel Pemahaman Media Digital (X2) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,14, dengan nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 5. Nilai ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pemahaman media digital. Adapun nilai standar deviasi sebesar 0,995 mengindikasikan bahwa terdapat variasi pendapat yang lebih tinggi dibandingkan variabel lainnya. Pada variabel Intensitas Pelayanan Digital (X3) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,35, dengan nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 5. Nilai ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju terhadap intensitas pelayanan digital. Selain itu, nilai standar deviasi sebesar 0,735 menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel ini cukup konsisten. Pada variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,33, dengan nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 5. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kepatuhan pajak yang tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 0,711 menunjukkan variasi jawaban responden relatif rendah. Pada variabel Pemahaman Perpajakan (Z) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,19, dengan nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 5. Nilai ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pemahaman perpajakan. Adapun nilai standar deviasi sebesar 0,751 yang menunjukkan bahwa penyebaran data tergolong moderat.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	Keterangan
Penggunaan Konten Digital (X1)	X1.1	0.631	Valid
	X1.2	0.598	Valid
	X1.3	0.60	Valid
	X1.4	0.544	Valid
	X1.5	0.648	Valid
	X1.6	0.58	Valid
Pemahaman Media Digital (X2)	X2.1	0.690	Valid
	X2.2	0.673	Valid
	X2.3	0.661	Valid
	X2.4	0.680	Valid
	X2.5	0.675	Valid
Intensitas Pelayanan Digital (X3)	X3.1	0.64	Valid
	X3.2	0.67	Valid
	X3.3	0.631	Valid
	X3.4	0.639	Valid
	X3.5	0.655	Valid
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Y1	0.845	Valid
	Y2	0.702	Valid
	Y3	0.827	Valid
Pemahaman Perpajakan (Z)	Z1	0.658	Valid
	Z2	0.793	Valid
	Z3	0.801	Valid
	Z4	0.813	Valid

Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Uji validitas digunakan untuk menggambarkan total pernyataan item dalam suatu penelitian dapat dinyatakan valid apabila telah memenuhi syarat $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ tiap itemnya.

Pada penelitian ini diketahui semua item pernyataan dinyatakan valid dengan memenuhi syarat r hitung $>$ r tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Item	Cronbach Alpha	Alpha	Keterangan
Penggunaan Konten Digital (X1)	0.635	0.60	Reliabel
Pemahaman Media Digital (X2)	0.652	0.60	Reliabel
Intensitas Pelayanan Digital (X3)	0.640	0.60	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak (X4)	0.707	0.60	Reliabel
Pemahaman Perpajakan (X5)	0.768	0.60	Reliabel

Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Hasil uji menunjukkan bahwa setiap variabel dinyatakan reliabel yang dibuktikan dengan memenuhi syarat nilai *cronbach alpha* $>$ 0,6.

Uji Normalitas

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.24196523
Most Extreme Differences	Absolute		.105
	Positive		.105
	Negative		-.049
Test Statistic			.105
Asymp. Sig. (2-tailed)			.003 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.147 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.138
		Upper Bound	.156

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Dilakukannya uji normalitas untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2018) variabel residual berdistribusi normal dapat dilihat dari nilai signifikansi *Monte carlo*. Uji normalitas akan terpenuhi atau dianggap lulus apabila *Monte carlo* memiliki nilai signifikansi (2-tailed) diatas 0,05. Hasil dari penelitian ini yaitu nilai statistik sebesar 0.105 dan nilai signifikansi sebesar 0.147 dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari nilai alpha sebesar 0,05. Dengan ketentuan apabila nilai signifikansi tersebut kurang dari nilai alpha maka data tersebut dapat disimpulkan tidak normal, dan apabila nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha maka data tersebut berdistribusi normal. Maka dapat disimpulkan bahwa data ini berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Tolerance Value	VIF	Keterangan
Penggunaan Konten Digital (X1)	0,652	1,534	Non Multikolinieritas
Pemahaman Media Digital (X2)	0,535	1,881	Non Multikolinieritas
Intensitas Pelayanan Digital (X3)	0,709	1,410	Non Multikolinieritas
Pemahaman Perpajakan (Z)	0.501	1,998	Non Multikolinieritas

Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Dilakukannya uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah data penelitian terjadi multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas. Syarat yang harus terpenuhi Nilai Tolerance > 0,1 dan VIF < 10, diketahui pada penelitian ini pada setiap variabelnya tidak terjadi multikolinieritas karena telah memenuhi syarat Nilai Tolerance > 0,1 dan VIF < 10.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Park)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	7.964	1.984		4.014	.000
Penggunaan Konten Digital	-.002	.076	-.003	-.030	.976
Pemahaman Media Digital	-.117	.078	-.176	-1.496	.138
Intensitas Pelayanan Digital	-.185	.095	-.197	-1.936	.055
Pemahaman Perpajakan	-.151	.117	-.157	-1.298	.197

a. Dependent Variable: Ln_RES

Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai signifikansi (Sig.) yang lebih besar dari 0.05. Penggunaan Konten Digital memiliki nilai signifikansi sebesar 0.976, Pemahaman Media Digital sebesar 0.138, Intensitas Pelayanan Digital sebesar 0.055, dan Pemahaman Perpajakan sebesar 0.197. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang berpengaruh signifikan terhadap log residual kuadrat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi diatas tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas berdasarkan uji Park.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	5.341	1.329		4.020	.000
Penggunaan Konten Digital	.176	.050	.320	3.539	.001
Pemahaman Media Digital	.210	.045	.414	4.621	.000
Intensitas Pelayanan Digital	-.050	.065	-.069	-.768	.444

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Berdasarkan tabel tersebut, maka persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu: $Y = 5,341 + 0.176 X_1 + 0,210X_2 - 0,050X_3 + e$

Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	115.575	3	38.525	20.037	.000 ^b
Residual	213.416	111	1.923		
Total	328.991	114			

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

b. Predictors: (Constant), Intensitas Pelayanan Digital, Pemahaman Media Digital, Penggunaan Konten Digital

Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Berdasarkan tabel diatas bahwa dalam pengujian regresi berganda menunjukkan hasil F hitung sebesar 20,037 dengan tingkat signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti variabel

Penggunaan konten digital, pemahaman media digital, intensitas pelayanan digital secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593 ^a	.351	.334	1.387

a. Predictors: (Constant), Intensitas Pelayanan Digital, Pemahaman Media Digital, Penggunaan Konten Digital

Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Koefisien determinasi menunjukkan dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variabel terikat (dependen) atau seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Diketahui nilai *adjusted r square* sebesar 0,334, hal ini menunjukkan bahwa 33,4% kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh variabel penggunaan konten digital, pemahaman media digital, intensitas pelayanan digital serta 66,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)

Tabel 10. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	5.341	1.329		4.020	.000
Penggunaan Konten Digital	.176	.050	.320	3.539	.001
Pemahaman Media Digital	.210	.045	.414	4.621	.000
Intensitas Pelayanan Digital	-.050	.065	-.069	-.768	.444

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Pengaruh Penggunaan Konten Digital terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Penggunaan konten digital (X1) dinyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y). Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi linier berganda dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis H1 diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Afritenti et al. (2020) dan L.Darmian. (2021), yang menyatakan bahwa konten digital berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), hal ini menunjukkan bahwa konten digital mampu meningkatkan sikap positif, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku, sehingga memperkuat niat dan tindakan patuh wajib pajak.

Pengaruh Pemahaman Media Digital terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pemahaman media digital (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y), yang dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis H2 diterima.

Penelitian ini didukung oleh L. (L.Darmian, 2021) yang menyatakan bahwa literasi media digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak. Dalam kerangka TPB, pemahaman media digital meningkatkan *perceived behavioral control*, yakni keyakinan individu bahwa mereka mampu melakukan tindakan perpajakan dengan lebih mudah.

Pengaruh Intensitas Pelayanan Digital terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Intensitas pelayanan digital (X3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y), sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,444 > 0,05$. Dengan demikian, hipotesis H3 ditolak.

Temuan ini tidak sejalan dengan Komarudin & Hermawan (2022), namun selaras dengan Savira (2023) yang menekankan bahwa intensitas tanpa kualitas dan pendekatan yang

sesuai tidak cukup untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak. Dalam kerangka TPB, hal ini mencerminkan lemahnya *perceived behavioral control* akibat persepsi rendah terhadap kemudahan dan kebermanfaatan pelayanan digital.

Analisis Regresi Moderasi / *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Tabel 11. Regresi Moderasi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-9.502	4.598		-2.066	.041
Penggunaan Konten Digital	-.003	.387	-.005	-.007	.994
Pemahaman Media Digital	.450	.335	.889	1.343	.182
Intensitas Pelayanan Digital	.450	.408	.630	1.103	.273
Pemahaman Perpajakan	1.212	.284	1.648	4.271	.000
Penggunaan Konten Digital*Pemahaman Perpajakan	.007	.023	.353	.293	.770
Pemahaman Media Digital*Pemahaman Perpajakan	-.021	.020	-1.068	-1.037	.302
Intensitas Pelayanan Digital*Pemahaman Perpajakan	-.034	.025	-1.411	-1.354	.179

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak
 Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Berdasarkan tabel tersebut, maka persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = 9,502 - 0,003X_1 + 0,450X_2 + 0,450X_3 + 1,212X_4 + 0,007X_1 * X_4 - 0,021X_2 * X_4 - 0,034X_3 * X_4 + e$$

Uji F (Simultan)

Tabel 12. Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	168.849	7	24.121	16.117	.000 ^b
Residual	160.142	107	1.497		
Total	328.991	114			

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak
 b. Predictors: (Constant), Intensitas Pelayanan Digital*Pemahaman Perpajakan, Penggunaan Konten Digital, Pemahaman Media Digital, Intensitas Pelayanan Digital, Pemahaman Perpajakan, Pemahaman Media Digital*Pemahaman Perpajakan, Penggunaan Konten Digital*Pemahaman Perpajakan
 Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Berdasarkan tabel diatas bahwa dalam pengujian regresi Moderasi menunjukkan nilai F hitung sebesar 16,117 dengan probabilitas 0,000 yang berada dibawah nilai 0,05. Hal ini mengartikan bahwa variabel Zscore: Penggunaan Konten Digital, Zscore: Pemahaman Media Digital, Zscore: Intensitas Pelayanan Digital, Zscore: Pemahaman Perpajakan, Penggunaan Konten Digital*Pemahaman Perpajakan, Pemahaman Media Digital*Pemahaman Perpajakan dan Intensitas Pelayanan Digital*Pemahaman Perpajakan secara simultan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Uji Koefisien Determinan (R²)

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 ^a	.513	.481	1.223

a. Predictors: (Constant), Intensitas Pelayanan Digital*Pemahaman Perpajakan, Penggunaan Konten Digital, Pemahaman Media Digital, Intensitas Pelayanan Digital, Pemahaman Perpajakan, Pemahaman Media Digital*Pemahaman Perpajakan, Penggunaan Konten Digital*Pemahaman Perpajakan
 Sumber: hasil *output* SPSS 27, (2025)

Diketahui nilai R adalah 0,716 atau 71,6% menurut pedoman interpretasi korelasi, angka ini termasuk dalam kategori berpengaruh kuat, karena berada pada interval 0,60–0,799. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Zscore: Penggunaan Konten Digital, Zscore: Pemahaman Media Digital, Zscore: Intensitas Pelayanan Digital, Zscore: Pemahaman Perpajakan, Penggunaan Konten Digital*Pemahaman Perpajakan, Pemahaman Media Digital*Pemahaman Perpajakan dan Intensitas Pelayanan Digital*Pemahaman Perpajakan sekitar 51,3% dan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)

Tabel 14. Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-9.502	4.598		-2.066	.041
Penggunaan Konten Digital	-.003	.387	-.005	-.007	.994
Pemahaman Media Digital	.450	.335	.889	1.343	.182
Intensitas Pelayanan Digital	.450	.408	.630	1.103	.273
Pemahaman Perpajakan	1.212	.284	1.648	4.271	.000
Penggunaan Konten Digital*Pemahaman Perpajakan	.007	.023	.353	.293	.770
Pemahaman Media Digital*Pemahaman Perpajakan	-.021	.020	-1.068	-1.037	.302
Intensitas Pelayanan Digital*Pemahaman Perpajakan	-.034	.025	-1.411	-1.354	.179

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: hasil output SPSS 27, (2025)

Pengaruh Pemahaman Perpajakan dalam Memoderasi Hubungan antara Penggunaan Konten Digital terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hipotesis H4 dalam penelitian ini menyatakan bahwa pemahaman perpajakan memoderasi hubungan antara penggunaan konten digital terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, hasil analisis regresi moderasi (*Moderated Regression Analysis/MRA*) menunjukkan bahwa interaksi antara penggunaan konten digital dan pemahaman perpajakan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,770 > 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,007. Oleh karena itu, hipotesis H4 ditolak.

Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman perpajakan tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh penggunaan konten digital terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan kata lain, meskipun konten digital sebagai media edukasi telah diakses oleh wajib pajak, keberadaan pemahaman perpajakan yang baik tidak cukup untuk memperkuat dampak dari konten tersebut terhadap kepatuhan. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh kemungkinan bahwa konten digital pajak yang tersedia belum dikemas secara menarik dan aplikatif bagi pengguna muda, sehingga meskipun dipahami, tidak mendorong tindakan nyata. Selain itu, faktor eksternal seperti ketegasan penegakan hukum, persepsi atas otoritas pajak, atau norma sosial dapat lebih berperan dalam mendorong kepatuhan.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), meskipun *attitude* terhadap pajak positif (karena pemahaman), *perceived behavioral control* yang lemah akibat konten digital yang kurang membangun rasa mampu dan siap bertindak, menghambat pembentukan niat untuk patuh. Temuan ini menjadi kontribusi penting bagi literatur perpajakan digital karena menunjukkan bahwa edukasi melalui konten digital memerlukan strategi komunikasi dan desain yang lebih kuat, yang tidak hanya menginformasikan tetapi juga menggerakkan tindakan.

Pengaruh Pemahaman Perpajakan dalam Memoderasi Hubungan antara Pemahaman Media Digital terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hipotesis H5 mengemukakan bahwa pemahaman perpajakan memoderasi hubungan antara pemahaman media digital terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, hasil MRA menunjukkan nilai signifikansi interaksi sebesar $0,302 > 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar $-0,021$. Oleh karena itu, hipotesis H5 ditolak.

Artinya, meskipun wajib pajak memiliki kemampuan dalam mengakses dan memahami media digital, pemahaman perpajakan yang baik tidak memperkuat pengaruh tersebut terhadap perilaku kepatuhan. Kombinasi antara literasi digital dan literasi pajak belum cukup mendorong wajib pajak untuk bertindak patuh secara nyata. Kemungkinan penyebab dari tidak berfungsinya moderasi ini antara lain konten perpajakan yang tersedia belum relevan atau menarik bagi generasi muda, serta informasi pajak yang bersifat teoritis tanpa disertai pemahaman akan manfaat praktisnya. Selain itu, faktor sosial seperti dukungan lingkungan, kepercayaan terhadap pemerintah, dan nilai-nilai kolektif juga berpotensi lebih kuat dalam membentuk kepatuhan.

Dari perspektif TPB, kontrol perilaku dan sikap positif saja tidak cukup, jika norma subjektif tidak terbentuk atau persepsi kemudahan dalam menjalankan kewajiban pajak belum kuat. Hal ini menunjukkan bahwa strategi edukasi digital tidak hanya memerlukan akses dan pemahaman, tetapi juga pendekatan yang mendorong motivasi dan keterlibatan emosional. Dengan demikian, literasi digital dan pemahaman perpajakan perlu disinergikan dalam kerangka komunikasi yang lebih strategis dan kontekstual, agar lebih mampu membentuk niat patuh yang kuat.

Pengaruh Pemahaman Perpajakan dalam Memoderasi Hubungan antara Intensitas Pelayanan Digital terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hipotesis H6 menyatakan bahwa pemahaman perpajakan memoderasi hubungan antara intensitas pelayanan digital terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, berdasarkan hasil MRA, interaksi antara intensitas pelayanan digital dan pemahaman perpajakan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,179 > 0,05$ dengan koefisien regresi $-0,034$. Dengan demikian, hipotesis H6 juga ditolak.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun pelayanan digital dilakukan secara intensif oleh otoritas pajak, tingkat pemahaman perpajakan yang dimiliki wajib pajak tidak memperkuat pengaruhnya terhadap kepatuhan. Hal ini menandakan bahwa frekuensi pelayanan belum menjamin efektivitas, terutama jika tidak dibarengi dengan pendekatan personal, responsif, dan mudah dipahami. Kemungkinan lain adalah desain pelayanan digital masih terlalu teknis, membingungkan, atau tidak intuitif, sehingga menimbulkan kebingungan bahkan bagi mereka yang telah memiliki pemahaman pajak. Hal ini menciptakan kesenjangan antara pengetahuan teoritis dan kemampuan praktis, yang pada akhirnya melemahkan potensi pelayanan digital dalam meningkatkan kepatuhan.

Dalam kerangka TPB, rendahnya *perceived behavioral control* karena kurangnya pengalaman positif dalam menggunakan layanan digital menjadi hambatan utama. Jika layanan digital tidak memperkuat norma sosial, tidak meningkatkan efisiensi, atau tidak membangun kepercayaan, maka pengaruhnya terhadap niat dan perilaku patuh akan lemah, meskipun individu memiliki pemahaman perpajakan yang tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji pengaruh Penggunaan Konten Digital, Pemahaman Media Digital, dan Intensitas Pelayanan Digital terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z di Kota Malang, dengan Pemahaman Perpajakan sebagai variabel moderasi. Berdasarkan hasil analisis data dari 115 responden, disimpulkan bahwa:

1. Penggunaan Konten Digital dan Pemahaman Media Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
2. Intensitas Pelayanan Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.
3. Pemahaman Perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan antara ketiga variabel independen terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.

Keterbatasan

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Penggunaan kuesioner daring tidak memungkinkan verifikasi langsung terhadap keabsahan jawaban responden.
2. Penelitian terbatas pada tiga variabel utama dan satu variabel moderasi, tanpa mempertimbangkan faktor eksternal lain yang berpotensi berpengaruh.
3. Minimnya literatur terkait peran moderasi Pemahaman Perpajakan menyulitkan perbandingan hasil.
4. Tidak ditemukannya pengaruh moderasi yang signifikan menunjukkan kemungkinan kelemahan pada desain moderasi atau karakteristik responden yang belum tepat.

Saran

Berdasarkan Kesimpulan yang telah diperoleh dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang dapat diajukan sebagai berikut :

Bagi DJP:

1. Kembangkan konten edukasi digital yang menarik, interaktif, dan sesuai gaya komunikasi Gen Z.
2. Tingkatkan kualitas pelayanan digital, terutama dari aspek kecepatan, kemudahan akses, dan *user experience*.
3. Integrasikan konten edukatif dalam sistem pelayanan digital, seperti petunjuk interaktif pada *e-filing*.
4. Lakukan evaluasi berkala serta libatkan partisipasi publik dalam pengembangan layanan digital pajak.

Bagi Peneliti Selanjutnya:

1. Perluasan wilayah dan demografi responden agar hasil lebih dapat digeneralisasikan.
2. Pertimbangkan variabel moderasi lain seperti kepercayaan pada otoritas pajak atau persepsi keadilan.
3. Gunakan pendekatan mixed methods untuk menggali alasan di balik hasil kuantitatif.
4. Teliti efektivitas platform dan jenis konten digital dalam meningkatkan kepatuhan pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afritenti, H., Fitriyani, D., Jambi, U., & Jambi, U. (2020). Jambi Accounting Review (JAR) FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, 1(April), 63–79.
- Agustin, D. (2024). *Kontribusi Pajak terhadap Pendapatan Negara Mencapai 80,32%*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/kontribusi-pajak-terhadap-pendapatan-negara-mencapai-8032-7CfAY>
- Ajzen, I. (1991). Reporting Behaviour of People with Disabilities in relation to the Lack of Accessibility on Government Websites: Analysis in the light of the Theory of Planned Behaviour. *Disability, CBR and Inclusive Development*, 33(1), 52–68. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Alamri, M. H., Mingkid, E., & Kalesaran, E. R. (2021). Peran Humas Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPP) Manado dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Membayar Pajak. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(3), 1–10.
- Ali, M., Awaluddin, M., & Salam, A. (2019). Efektivitas Pelayanan Digital Program Samsat Keliling Di Kota Mataram. *JIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 7(1), 1.

- <https://doi.org/10.31764/jiap.v7i1.770>
- Andreoni, James, Erard, Brian, Feinstein, & Johathan. (1998). AndreoTaxCompl1998JEL.pdf. In *Journal of Economic Literature: Vol. XXXVI* (Issue June, pp. 818–860). <https://msuweb.montclair.edu/~lebelp/AndreoTaxCompl1998JEL.pdf>
- Arofah, I. H. (2021). *Awal 2021, Indonesia Miliki 170 Juta Pengguna Media Sosial*. Topcareer.Id. <https://topcareer.id/read/2021/02/24/59447/awal-2021-indonesia-miliki-170-juta-pengguna-media-sosial/>
- Boediono, G. T., Sitawati, R., & Harjanto, S. (2019). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i1.2286>
- BPS. (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Provinsi JAWA TIMUR, Tahun 2020*. Badan Pusat Statistik. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/16/0>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Univeritas Diponegoro. https://digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=2775
- James, S., & Alley, C. (2002). Tax Compliance , Self-Assessment and Tax Administration School of Business and Economics , University of Exeter. *Journal of Finance and Management in Public Services*, 2(2), 27–42. <http://hdl.handle.net/10036/47458>
- Komarudin, & Hermawan, P. (2022). *International Journal of Current Science Research and Review A Study of Trust Base Voluntary Tax Compliance through Tax Administration Digital Transformation in Indonesia*. 05(08), 3227–3238. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V5-i8-53>
- Kunto, Kurniawan, D., & Sondang, Y. (2013). Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Departement Store Cabang Supermall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–8.
- Kurniawan, A., Meliala, R. N. B., & Febrianto, F. R. (2023). FACTORS INFLUENCING TAX COMPLIANCE IN INDONESIA. *Riset*, 5(1), 014–028. <https://doi.org/10.37641/riset.v5i1.214>
- L.Darmian, N. (2021). *Optimalisasi edukasi perpajakan melalui konten digital sebagai upaya peningkatan kepatuhan wajib pajak (Studi kasus pada mahasiswa di Kota Yogyakarta)*. *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi*, 1(1), 75–82.
- Lesmana, D., Panjaitan, D., & Maimunah, M. (2018). Tax Compliance Ditinjau dari Theory of Planned Behavior (TPB). *InFestasi*, 13(2), 354–366.
- Memahami Konsep Kepatuhan Pajak. (2022). *Binus University School of Accounting*. <https://accounting.binus.ac.id/2022/11/22/memahami-konsep-kepatuhan-pajak/>
- Rysaka, N., Saleh, C., & Pani Rengu, S. (2014). Penerapan Sistem Elektronik Dalam Pelayanan Perpajakan (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara). *Jurusan Administrasi Publik (JAP)*, 2(3), 420–425.
- Savira, R. S. (2023). OPTIMALISASI EDUKASI PERPAJAKAN MELALUI KONTEN DIGITAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KESADARAN WAJIB PAJAK PADA MAHASISWA AKUNTANSI DI KABUPATEN GRESIK. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN RND*. Perpustakaan Digital Politeknik Pratama. <https://digilib.politeknik-pratama.ac.id/ebook/view/METODE-PENELITIAN-KUANTITATIF-KUALITATIF-DAN-RND>
- Suharsono, A., & Galvani, S. (2020). Optimalisasi Edukasi Perpajakan Bagi Generasi Milenial Melalui Video. *Scientax*, 2(1), 123–139. <https://doi.org/10.52869/st.v2i1.63>
- Tambun, S., Sitorus, R. R., & Atmojo, S. (2020). Pengaruh Digitalisasi Layanan Pajak dan

- Cooperative Compliance Terhadap Upaya Pencegahan Tax Avoidance Dimoderasi Kebijakan Fiskal Di Masa Pandemi Covid 19. *Media Akuntansi Perpajakan*, 5(2), 74–86. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP/article/view/4440>
- Torgler, B. (2007). *Tax Compliance and Tax Morale: A Theoretical and Empirical Analysis*. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=xFYijxMKjqAC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Torgler,+B.+\(2007\).+Tax+Compliance+and+Tax+Morale:+A+Theoretical+and+Empirical+Analysis.+Edward+Elgar+Publishing.&ots=T6JqHuYNw1&sig=Zx4pgRXKKTvp5nxn4q8b4a9LtHsI](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=xFYijxMKjqAC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Torgler,+B.+(2007).+Tax+Compliance+and+Tax+Morale:+A+Theoretical+and+Empirical+Analysis.+Edward+Elgar+Publishing.&ots=T6JqHuYNw1&sig=Zx4pgRXKKTvp5nxn4q8b4a9LtHsI)
- Wijaya, A., & Sutomo, M. (2023). *Optimization of Tax Education Through Digital Content*. 4(1), 67–73.
- Wijaya, I., & Meita, I. (2024). *EDUKASI PERPAJAKAN BAGI GENERASI Z MELALUI SISTEM PAJAK DIGITAL*. 8(3), 4–6.
- Zega, A., Gea, Y. V., Zebua, M. S., Ndraha, A. B., & Ferida, Y. (2024). *STRATEGI PENINGKATAN KESADARAN PAJAK DI KALANGAN GENERASI MUDA DALAM ERA DIGITAL : ANALISIS PERAN TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN MENUJU INDONESIA EMAS 2045*. 01(September), 11–22.