
Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

¹Muhammad Arief Suganda, ²Finda Intan Zurachman

¹Akuntansi, Tanri Abeng University, Jakarta

²Akuntansi, Tanri Abeng University, Jakarta

E-mail: ¹arief.suganda@student.tau.ac.id, ²finda.iz@tau.ac.id

Abstract

This study aims to examine the effect of service quality and tax socialization on individual taxpayer compliance. This quantitative research was conducted by collecting primary data through the distribution of questionnaires to individual taxpayers registered at KPP Pratama Jakarta Kebayoran Baru II who have fulfilled their tax obligations, such as possessing a Taxpayer Identification Number (NPWP), calculating, paying, and reporting taxes. This study uses incidental sampling, resulting in a total sample of 68 respondents, whose data were tested and analyzed using IBM Statistics software version 31. The results of the tests and analyses indicate that service quality has an effect on individual taxpayer compliance, while tax socialization does not have an effect on individual taxpayer compliance. However, service quality and tax socialization simultaneously have an effect on individual taxpayer compliance.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Sosialisasi Perpajakan, Kepatuhan Wajib Pajak*

Informasi Artikel:

Dikirim: April 2026

Publikasi daring [online]:

Mei 2026

Januari – Juni 2026, Vol 1 (1) : hlm 1-10

©2026 Accounting, Universitas Tanri Abeng.

All rights reserved.

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber pendanaan terbesar bagi negara, pajak berperan penting dalam mempertahankan pembangunan ekonomi dan belanja negara. Pajak memiliki peran ganda, tidak hanya sebagai tulang punggung keuangan, tetapi juga sebagai mekanisme di mana masyarakat secara aktif terlibat dan mendukung inisiatif pembangunan (Pradhitya & Kurnia, 2022).

Tabel 1. Perbandingan Tingkat Penerimaan dan Tingkat Kepatuhan

Tahun	Tingkat Penerimaan	Tingkat Kepatuhan
2020	97,68%	-
2021	93,29%	-
2022	130,94%	96,69%
2023	103,73%	101,26%
2024	100,15%	101,72%

Sumber: KPP Pratama Jakarta KB II

Tingkat penerimaan pajak dipengaruhi oleh tingkat kepatuhan wajib pajak, data diatas menunjukkan pada tahun 2020 & 2021 saat kepatuhan wajib pajak belum terukur dengan jelas, tingkat penerimaan pajak masih belum mencapai target. Namun setelah kepatuhan wajib pajak mulai diukur pada tahun 2022 hingga 2024 diketahui tingkat penerimaan meningkat diatas 100%. Akan tetapi, pada tahun 2024 meningkatnya kepatuhan tidak dibarengi dengan meningkatnya tingkat penerimaan yang mana cenderung menurun dari tahun sebelumnya. Fenomena ini menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan penelitian mengenai faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak.

KMK No. 544/KMK.04/2000, menyatakan “Kepatuhan perpajakan adalah tindakan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku”.

Kepatuhan terhadap peraturan perpajakan merupakan indikator kinerja utama yang mencerminkan kesediaan seorang wajib pajak untuk memenuhi kewajiban dengan bertanggung jawab dan tertib. Dengan memprioritaskan pembayaran pajak yang akurat dan tepat waktu, pemerintah bertujuan untuk memajukan target penerimaan pajak yang telah diproyeksikan dalam anggaran negara dengan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. (Windiarni et al., 2020)

Aspek penting yang tidak boleh diabaikan adalah kualitas pelayanan. Ketika wajib pajak menerima layanan dengan sangat baik, mereka cenderung merasa nyaman dan puas, hal ini akan memaksimalkan kepatuhan mereka terhadap tanggung jawab perpajakan (Nur Rahmah Sari, 2021).

Kualitas pelayanan adalah ukuran tingkat dari pelayanan dengan ekspektasi pelanggan melalui pemenuhan atas kebutuhan, keinginan serta ketepatan dalam proses penyampaian pelayanan kepada pelanggan (Anatan, L., & Ellitan, 2007).

Di luar bidang kualitas layanan, proses sosialisasi juga berperan cukup penting dalam peningkatan kepatuhan wajib pajak. DJP memfasilitasi sosialisasi ini dengan memberikan penyuluhan kepada wajib pajak tentang kewajiban perpajakan, membekali

mereka dengan informasi dan arahan yang penting, sehingga mereka dapat memahami peraturan perpajakan dengan baik (Pradhitya & Kurnia, 2022).

DJP melakukan upaya penyuluhan yang dikenal sebagai sosialisasi pajak, yang bertujuan untuk memperdalam pemahaman, pengetahuan, dan informasi terkait perpajakan di kalangan wajib pajak dan masyarakat umum, baik melalui penjangkauan langsung maupun tidak langsung (Windiarni et al., 2020).

Wulandari, (2022) mengungkapkan bahwa tingkat kepuasan wajib pajak yang lebih tinggi terhadap keunggulan layanan berkorelasi positif dengan peningkatan kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan. Korelasi ini sejalan dengan temuan penelitian Toniarta & Merkusiwati, (2023), yang juga menggarisbawahi pengaruh substansial dan menguntungkan dari kualitas pelayanan terhadap kepatuhan wajib pajak. Akan tetapi, penelitian Setyobudi & Muchayatin, (2022) menyajikan perspektif yang berbeda, yang mengindikasikan kualitas pelayan tidak dapat memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak.

Nur Rahmah Sari, (2021) menggarisbawahi sosialisasi perpajakan memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Sudut pandang ini sejalan dengan Deni & Aidil, (2023), yang berpendapat bahwa pengetahuan dan wawasan yang diperoleh melalui sosialisasi secara positif dan terutama meningkatkan kepatuhan. Berbeda dengan pandangan tersebut, Ainul & Susanti, (2021) menemukan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki dampak negatif, meskipun tidak signifikan, terhadap kepatuhan. Lebih lanjut, Pramesty & Andayani, (2021) menyoroti bahwa sosialisasi pajak masih belum berhasil memengaruhi tingkat kepatuhan.

TINJAUAN PUSTAKA

Theoy of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori yang dikemukakan oleh Ajzen, (1991), yang mengungkapkan bahwa niat berperan penting dalam menentukan perilaku seseorang, contohnya adalah kepatuhan terhadap peraturan perpajakan.

Menurut TPB, terdapat tiga faktor utama yaitu: 1) Persepsi Perilaku, adalah penilaian individu tentang hasil dari melakukan tindakan tertentu dan penilaian mereka terhadap hasil tersebut, yang secara kolektif membentuk pendirian mereka terhadap perilaku yang dimaksud, 2) Kesan Normatif, mencakup perasaan individu tentang harapan masyarakat yang dipegang oleh orang lain-seperti keluarga dan teman sebaya, serta dorongan untuk menyelaraskan diri dengan harapan-harapan ini, yang pada gilirannya membangun norma-norma subyektif yang mengatur perilaku, 3) Persepsi Kontrol Perilaku, adalah keyakinan individu tentang faktor-faktor yang mendukung atau menghalangi tindakan mereka, serta pemahaman mereka tentang bagaimana faktor-faktor ini dapat memengaruhi perilaku mereka.

Teori ini menggarisbawahi bahwa sebelum bertindak, setiap orang harus memiliki keyakinan tentang potensi dampak dari tindakan mereka, yang kemudian digunakan sebagai pedoman untuk menentukan apakah mereka akan mematuhi atau mengabaikan kewajiban perpajakan mereka (Putra & Sujana, 2021).

Perpajakan

Pajak adalah iuran finansial yang diberikan individu kepada kas negara, sebagaimana ditentukan oleh undang-undang, tanpa imbalan jasa yang dapat dipaksakan, dan dana tersebut dialokasikan untuk usaha negara demi kemajuan kolektif masyarakat (Mardiasmo, 2011).

Resmi, (2009) memandang pajak sebagai komitmen fiskal, yang diharuskan oleh keadaan tertentu, di mana individu menyumbangkan sebagian dari kekayaan mereka ke kas negara.

Seznic & Broom, (1961) dalam Veronica, (2015) mendefinisikan sosialisasi sebagai mekanisme di mana individu menginternalisasi nilai-nilai dan norma-norma kelompok.

Sosialisasi, pada dasarnya, adalah proses komunikasi strategis yang bertujuan untuk menarik perhatian publik dan memandu individu untuk mencapai tujuan tertentu. Keberhasilan sosialisasi diukur dari sejauh mana informasi tersebut disebarluaskan dan sejauh mana informasi tersebut memotivasi individu untuk bertindak sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Pramesty & Andayani, 2021).

Kualitas pelayanan sebagai ukuran yang didasarkan pada perbandingan antara kinerja aktual penyedia layanan dengan ekspektasi penerima layanan. Maka apabila wajib pajak merasa puas terhadap pelayanan petugas pajak mereka akan termotivasi untuk mematuhi dan memenuhi kewajiban perpajakannya (Parasuraman. et al., 1988)

Pelayanan petugas pajak yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan dan rasa nyaman yang pada akhirnya mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya dengan lebih rajin (Nur Rahmah Sari, 2021).

Kepatuhan pajak mengukur tingkat kepatuhan yang ditunjukkan pada wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Hal ini dibuktikan dengan ketekunan wajib pajak dalam memahami semua peraturan perpajakan, mulai dari melengkapi dokumen perpajakan dengan cermat hingga menghitung kewajiban pajak secara akurat, dan memastikan pembayaran tepat waktu (Nowak, 1970) dalam (Toniarta & Merkusiwati, 2023).

Kepatuhan wajib pajak berfungsi sebagai ukuran kepatuhan sukarela dan tertib terhadap tanggung jawab perpajakan, memastikan pembayaran pajak yang tepat waktu dan akurat (Windiarni et al., 2020).

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Terdaftar Di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Kebayoran Baru II.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Data yang digunakan terdiri dari data primer melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder dari berbagai sumber literatur.

Pengambilan sampel dengan teknik insidental sampling yang ditentukan dari ketidaksengajaan, siapapun yang kebetulan ditemui dapat dijadikan sebagai sampel, dengan ketentuan orang tersebut cocok dengan kriteria. (Sugiyono, 2013).

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta Kebayoran Baru II. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 68 sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Uji Validitas

No. Item	Kualitas Pelayanan			Sosialisasi Perpajakan			Kepatuhan Wajib Pajak		
	R Hitung	R Tabel	Kriteria	R Hitung	R Tabel	Kriteria	R Hitung	R Tabel	Kriteria
1.	0.686	0.2387	Valid	0.610	0.2387	Valid	0.521	0.2387	Valid
2.	0.602	0.2387	Valid	0.524	0.2387	Valid	0.579	0.2387	Valid
3.	0.671	0.2387	Valid	0.695	0.2387	Valid	0.683	0.2387	Valid
4.	0.656	0.2387	Valid	0.635	0.2387	Valid	0.627	0.2387	Valid
5.	0.638	0.2387	Valid	0.448	0.2387	Valid	0.544	0.2387	Valid
6.	0.621	0.2387	Valid	0.556	0.2387	Valid	0.538	0.2387	Valid
7.	0.495	0.2387	Valid	0.559	0.2387	Valid	0.585	0.2387	Valid
8.	0.574	0.2387	Valid	0.541	0.2387	Valid	0.531	0.2387	Valid
9.	0.635	0.2387	Valid	0.468	0.2387	Valid	0.627	0.2387	Valid
10.	0.581	0.2387	Valid	0.433	0.2387	Valid	0.688	0.2387	Valid
11.	0.569	0.2387	Valid	0.404	0.2387	Valid	0.745	0.2387	Valid
12.	0.523	0.2387	Valid	0.587	0.2387	Valid	0.688	0.2387	Valid
13.	0.416	0.2387	Valid	0.512	0.2387	Valid	0.647	0.2387	Valid
14.	0.447	0.2387	Valid	0.467	0.2387	Valid	0.535	0.2387	Valid
15.	0.488	0.2387	Valid	0.419	0.2387	Valid	0.671	0.2387	Valid

Sumber: diolah

Dari tabel di atas diketahui r hitung kualitas pelayanan, sosialisasi perpajakan, kualitas pelayanan dan kepatuhan wajib pajak $>$ r tabel 0,2387 maka seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 3 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.854	Reliabel
Sosialisasi Perpajakan	0.809	Reliabel

Sumber: diolah

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur apakah item pernyataan dari kuesioner tersebut dijawab dengan konsisten atau tidak. Dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,6. Berdasarkan tabel di atas maka nilai *cronbach alpha* kualitas pelayanan dan sosialisasi perpajakan masing-masing adalah sebesar 0,854 dan 0,809, sehingga item pernyataan dinyatakan reliabel.

Tabel 4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		68	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.66361894	
Most Extreme Differences	Absolute	.072	
	Positive	.072	
	Negative	-.041	
Test Statistic		.072	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	99% Confidence Interval	Sig.	.503
		Lower Bound	.490
		Upper Bound	.516

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Dari tabel di atas diketahui nilai signifikansi sejumlah 0,200 > 0,05 maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal

Tabel 5 Uji Multikolinieritas

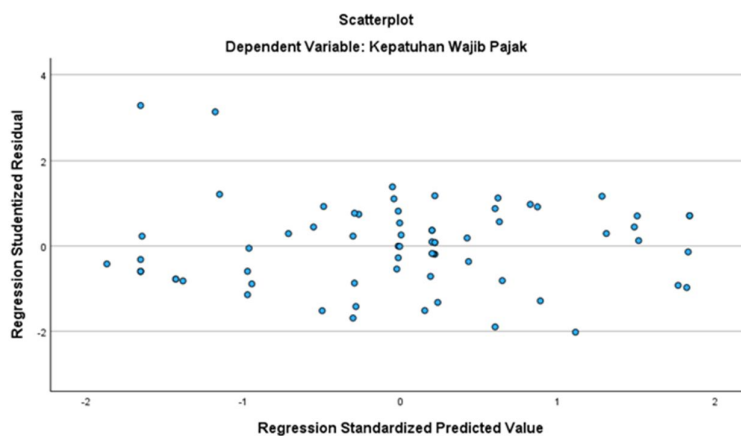
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.638	1.566
	Sosialisasi Perpajakan	.638	1.566

- a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Dari tabel di atas diketahui nilai VIF setiap variabel adalah 1,566 < 10,00 dan nilai toleransi 0,638 > 0,10 maka tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel dalam model regresi.

Gambar 1 Uji heteroskedastisitas



Dari gambar diatas diketahui hasil grafik menyebar secara acak menjauhi sumbu x atau angka 0 maka tidak terdapat gejala hesteroskedastisitas pada model regresi tersebut.

Tabel 6 Analisis Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	16.016	6.300		2.542	.013
Kualitas Pelayanan	.664	.130	.616	5.110	<.001
Sosialisasi Perpajakan	.027	.145	.023	.188	.852

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Dari tabel diatas koefisien variabel bebas ditentukan dari nilai B pada kolom Unstandardized Coefficients. Hasil regresi linier berganda dapat dilihat pada persamaan dibawah ini, $Y = 16,016 + 0,664(X1) + 0,027(X2) + e$. persamaan regresi tersebut mengartikan bahwa: 1) Koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai sebesar 0,664. Jika kualitas pelayanan meningkat 1 satuan maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar 0,664 satuan, dengan catatan variabel lain tetap (constant), 2) Koefisien regresi sosialisasi perpajakan bernilai sebesar 0,027, Jika sosialisasi perpajakan meningkat 1 satuan maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat sebesar 0,027 satuan, dengan catatan variabel lain tetap (constant).

Tabel 7 Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630 ^a	.397	.378	3.720

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Dari tabel di atas diketahui koefisien determinasi R Square (R^2) bernilai 0.397 atau 39,7% maka dapat disimpulkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak sebesar 0,397.

Tabel 8 Uji Hipotesis

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	16.016	6.300		2.542	.013
Kualitas Pelayanan	.664	.130	.616	5.110	<.001
Sosialisasi Perpajakan	.027	.145	.023	.188	.852

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Dari tabel di atas taraf signifikan sebesar 5% menggunakan rumus $df = 68 - 2 - 1 = 65$, dengan t tabel sebesar 1,995, sehingga hasil penelitian sebagai berikut:

- 1) Nilai t hitung sebesar 5,110 > 1,995 dan nilai signifikansi sebesar $< 0,001 < 0,05$, menunjukkan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, hal ini didukung dengan teori TPB yang mana dikatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh 3 faktor yaitu persepsi perilaku, kesan normatif dan persepsi kontrol perilaku. Pelayanan yang baik dapat membentuk perilaku positif wajib pajak terhadap pelaporan pajak, memperkuat kesan normatif melalui dorongan dari petugas pajak, dan meningkatkan kontrol perilaku dengan memberikan kemudahan dan informasi yang jelas. Ketiga hal ini mendorong niat wajib pajak dan kesadaran untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari et al, (2022), Pradhitya & Kurnia, (2022), Toniarta & Merkusiwati, (2023), Pramesty & Andayani, (2021) dan juga Deni & Aidil, (2023) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.
- 2) Nilai t hitung sebesar 0,188 < 1,995 dan nilai signifikansi sebesar 0,852 > 0,05, maka Sosialisasi Perpajakan tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja KPP dalam memberikan sosialisasi masih belum memberikan dorongan pada wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Dalam hal ini sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh dikarenakan beberapa faktor seperti pemahaman materi yang disosialisasikan sulit dicerna oleh masyarakat awam dan metode penyampaian sosialisasi yang monoton atau tidak variatif. Hasil penelitian ini sejalan dengan Ainul & Susanti, (2021), Pramesty & Andayani, (2021), Hutapea et al., (2023) dan Indrayani et al., (2022) yang menyatakan bahwa Sosialisasi Perpajakan tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

Tabel 9 Uji Statistik f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	591.587	2	295.793	21.380	<.001 ^b
	Residual	899.281	65	13.835		
	Total	1490.868	67			

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

b. Predictors: (Constant), Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan

Dari tabel diatas dengan taraf signifikansi sebesar 5% menggunakan $df = 68 - 2 - 1 = 65$, dengan f tabel sebesar 3,14. sehingga hasil penelitian menjelaskan bahwa nilai f hitung sebesar 21,380 > 3,14 dan nilai signifikansi sebesar 0,01 < 0,05. Maka kualitas Pelayanan dan Sosialisasi Perpajakan berpengaruh secara simultan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Kualitas pelayanan yang baik secara responsif dan inovatif dapat menimbulkan kepercayaan, rasa nyaman dan kepuasan wajib pajak dalam berinteraksi dengan petugas pajak. Sedangkan sosialisasi perpajakan berperan sebagai faktor pendukung yang memberikan pemahaman dan kesadaran pada wajib pajak akan pentingnya mematuhi kewajiban perpajakan. Hasil penelitian ini didukung dengan

penelitian yang dilakukan oleh Windiarni et al., (2020), Pradhitya & Kurnia, (2022) dan Deni & Aidil, (2023) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Sosialisasi Perpajakan secara simultan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1) Berdasarkan hasil uji statistik t kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Kualitas pelayanan yang responsif dan informatif dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan wajib pajak. Hal ini mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan, 2) Berdasarkan hasil uji statistik t sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh KPP Pratama Jakarta Kebayoran II masih belum optimal sehingga diperlukan adanya evaluasi terhadap metode penyampaian dan materi yang akan disampaikan, 3) Berdasarkan hasil uji statistik F pada kualitas pelayanan dan sosialisasi perpajakan berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak akan meningkat apabila didukung oleh pelayanan yang profesional dan sosialisasi perpajakan yang lebih efektif dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L., & Ellitan, L. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Bisnis Modern*. Alfabeta.
- Broom, S. (1961). *Taxes and Entrepreneurial Endurance: Evidence from the Self-Employed*. (Vol. V No.). National Tax Journal.
- Deni, D., & Aidil, M. (2023). Pengaruh Pemahaman Self Assessment System, Sosialisasi Pajak, dan Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Tanah Abang Satu Tahun 2018-2020. In *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi* (Vol. 6, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Hutapea, H. D., Manurung, A., & Sihotang, K. (2023). *Pengaruh Persepsi Wajib Pajak UMKM Atas Undang-Undang HPP, Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM*.
- I Nyoman Toniarta, & Ni Ketut Lely Aryani Merkusiwati. (2023). *The Effect of Trust in Government, Tax Rate, Taxpayer Awareness, Service Quality, and Tax Sanction on Individual Taxpayer Compliance*.
- Indrayani, N. M. M., I Nyoman Kusuma AdnyanaMahaputra, & IMade Sudiartana. (2022). *Pengaruh kesadaran wajib pajak, sosialisasi perpajakan, sanksi perpajakan, dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak*.
- Kadek Wulandari Laksmi P, N. M. L. A. P. D. I. G. N. O. A. N. W. L. (2022). #3. *Pengaruh Penerapan E-Samsat, Kualitas Pelayanan Fiskus dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Kota Denpasar*.
- Keputusan Menteri Keuangan Nomor 544/KMK.04/2000.
- Khunaina Il Khafa Ainul, N., & Susanti. (2021). *PENERAPAN SISTEM E-FILLING TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA SURABAYA WONOCOLO*. 15(1).

- <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.18004>
- Mardiasmo. (n.d.). *BUKU - Perpajakan Edisi Revisi 2011 - Mardiasmo.pdf*. Andi.
- Meilinda Pramesty, & Sari Andayani. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pemahaman Peraturan, Sosialisasi, Serta Sanksi Pajak, penerapan E-Filing Terhadap Kepatuhan WPOP Dalam Hal Membayar Pajak (Studi Kasus Pada KPP Pratama Kota Madiun)*.
- Nowak, N. D. (1970). *Tax Administration in Theory and Practice: With Special Reference to Chile*. Praeger Publishers.
- Nur Rahmah Sari. (2021). *Kepatuhan wajib pajak pengaruh penerapan kebijakan sistem e-filing, sanksi pajak, dan sosialisasi pajak dimoderasi oleh kualitas pelayanan fiskus*.
- Parasuraman, A Parsu, Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. <https://www.researchgate.net/publication/200827786>
- Putra, K. V. P., & Sujana, E. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Hotel di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(1), 166. <https://doi.org/10.23887/jap.v12i1.30824>
- Resmi, S. (2009). *Perpajakan : Teori dan Kasus*. Salemba Empat.
- Setyobudi, S., & Muchayatin, M. (2022). Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Sosialisasi Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Pengetahuan Mengenai Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Tahun 2022 (Studi Empiris Wajib Pajak Di Kabupaten Pati). *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Syah Pradhitya, I., & Kurnia. (2022). *Pengaruh Sistem Administrasi Perpajakan Modern, Sosialisasi Perpajakan, Pemeriksaan Pajak Dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Non Karyawan yang terdaftar di KPP Pratama Serang Barat Tahun 2020)*.
- Veronica, A. (2015). *PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, PELAYANAN FISKUS, PENGETAHUAN PAJAK, PERSEPSI PENGETAHUAN KORUPSI, DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI (WPOP) PADA KPP PRATAMA SENAPELAN PEKANBARU*.
- Windiarni, R. P., Majidah, S. E., Si, M., Kurnia, S., & Ab, M. M. (2020). *THE EFFECT OF TAX SOCIALIZATION, TAX KNOWLEDGE, SERVICE QUALITY, AND TAX AUDIT OF TAXPAYER COMPLIANCE (Studies at UMKM Taxpayers Registered at KPP Pratama Bandung Cicadas Year 2020)*. www.nasional.kontan.co.id,