

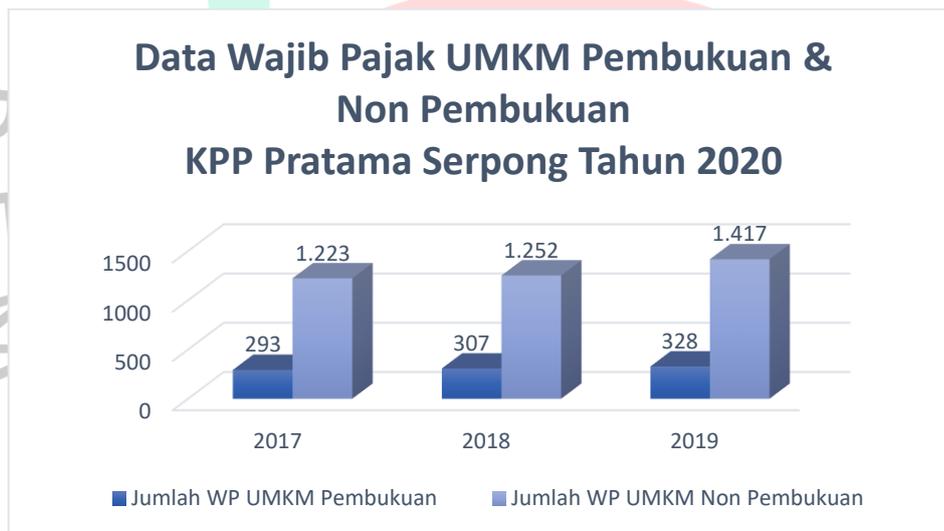
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Penelitian

4.1.1 Data Statistik UMKM di KPP Pratama Serpong dan Pondok Aren

Untuk mengetahui jumlah UMKM di Kota Tangerang Selatan yang terdaftar di KPP Pratama Serpong dan KPP Pratama Pondok Aren, maka dapat dibuktikan berdasarkan jumlah wajib pajak dengan kriteria UMKM tertentu yang melakukan pembukuan dan non pembukuan dan terdaftar di KPP Pratama Serpong dan KPP Pratama Pondok Aren dalam periode waktu 3 tahun seperti tabel berikut ini :

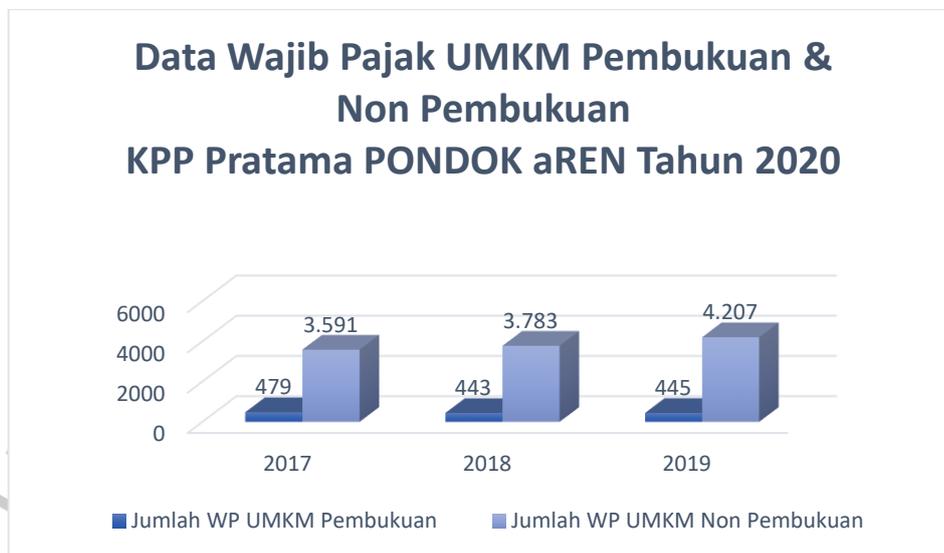
Tabel 4. 1 Data Wajib Pajak UMKM Pembukuan & Non Pembukuan yang terdaftar di KPP Pratama Serpong Tahun 2020



Sumber : KPP Pratama Serpong 2020

Berdasarkan tabel diatas, data UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Serpong selama tahun 2017 - 2019 mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Karena baik wajib pajak UMKM yang melakukan Pembukuan maupun Non Pembukuan. Dimana apabila dijumlahkan keduanya UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Serpong pada tahun 2017 berjumlah 1.516, tahun 2018 berjumlah 1.559 dan tahun 2019 berjumlah 1.745.

Tabel 4. 2 Data Wajib Pajak UMKM Pembukuan & Non Pembukuan yang terdaftar di KPP Pratama Pondok Aren Tahun 2020



Sumber : KPP Pratama Pondok Aren 2020

Kemudian berdasarkan tabel 4.2 Wajib Pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Pondok Aren juga mengalami kenaikan yang signifikan. Dimana jumlah keseluruhan dari Wajib Pajak UMKM Pembukuan dan Wajib Pajak UMKM Non Pembukuan pada tahun 2017 sebanyak 4.070, tahun 2018 sebanyak 4.226 dan pada tahun 2019 sebanyak 4.652.

Untuk mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM dalam menjalankan kewajiban perpajakannya dapat dibuktikan dari tingkat pembayaran dan tingkat penyampaian SPT Tahunan yang dilakukan oleh wajib pajak UMKM itu sendiri. Berikut adalah data penerimaan pajak yang diperoleh KPP Pratama Serpong dari tahun 2017 sampai 2019.

Tabel 4. 3 Data Penerimaan Pajak KPP Pratama Serpong Tahun 2017-2019

Tahun	Jumlah Penerimaan Wajib Pajak UMKM (Rp)
2017	34.501.214.230
2018	35.529.635.264
2019	38.248.971.028
Total	108.279.820.522

Sumber : KPP Pratama Serpong 2020

Berdasarkan data diatas, jumlah penerimaan pajak yang tercatat pada KPP Pratama Serpong pada tahun 2017 – 2019 sebanyak 108.279.820.522. Dimana dari tahun ke tahun jumlahnya selalu mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat dilihat dari tahun 2017 sebesar 34.501.214.230 kemudian pada tahun 2018 menjadi 35.529.635.264 dan penerimaan tahun 2019 sebesar 38.248.971.028 atau naik sebanyak 2.719.335.764.

Sementara untuk data penerimaan pajak pada KPP Pratama Pondok aren dapat dilihat pada tabel berikut ini :

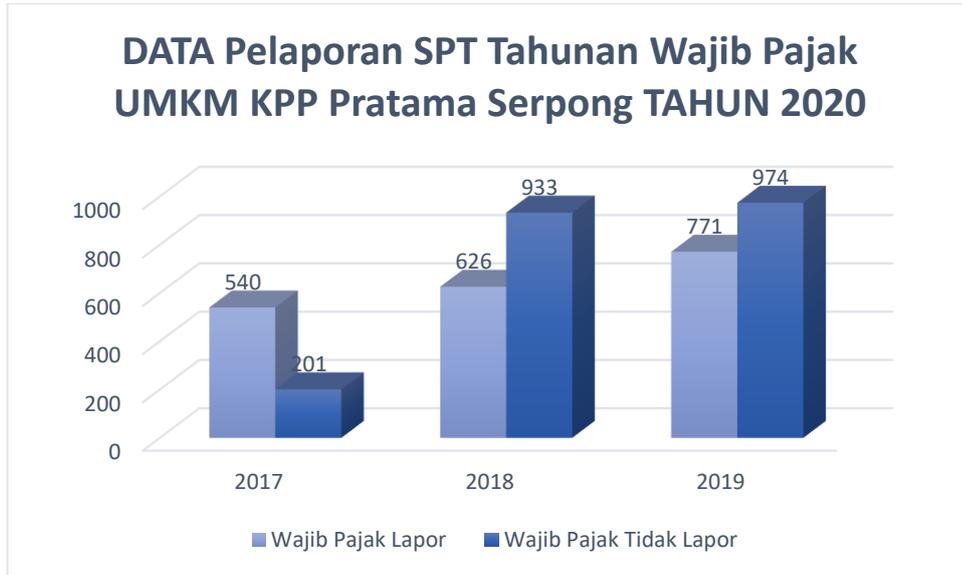
Tabel 4. 4 Data Penerimaan Pajak KPP Pratama Pondok Aren Tahun 2017-2019

Tahun	Jumlah Penerimaan Wajib Pajak UMKM (Rp)
2017	17.897.640.906
2018	21.389.746.115
2019	21.332.212.919
Total	60.619.599.940

Sumber : KPP Pratama Pondok Aren 2020

Berdasarkan tabel diatas, perolehan pajak dari Wajib Pajak UMKM di KPP Pratama Pondok Aren pada tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami peningkatan yang cukup pesat, dimana pada tahun 2017 sebesar 17.897.640.906 naik sebanyak 3.492.105.209 sehingga pada tahun 2018 perolehannya menjadi 21.389.746.115.

Tabel 4. 5 Data Pelaporan SPT Tahunan Wajib Pajak UMKM Pada KPP Pratama Serpong



Sumber : KPP Pratama Serpong 2020

Data pelaporan SPT Tahunan Wajib Pajak UMKM dapat menunjukkan seberapa besar tingkat kepatuhan wajib pajak dalam menjalankan kewajiban pajaknya. Dapat dilihat pada tabel 4.5, dimana tingkat kepatuhan Wajib Pajak Laporkan sebesar 73% namun pada tahun berikutnya tingkat kepatuhan Wajib Pajak UMKM mengalami penurunan, sehingga presentase pada tahun 2018 hanya 40%.

Tabel 4. 6 Data Pelaporan SPT Tahunan Wajib Pajak UMKM Pada KPP Pratama Pondok Aren



Sumber : KPP Pratama Pondok Aren 2020

Sementara itu presentase tingkat kepatuhan yang ditunjukkan dalam data pelaporan SPT Wajib Pajak UMKM pada KPP Pratama Pondok Aren mengalami penurunan dari tahun 2017 sampai 2019. Hal tersebut dikarenakan jumlah Wajib Pajak Tidak Laport yang terus meningkat. Mulai dari tahun 2017 sebanyak 1.322, lalu tahun 2018 sebanyak 1.228 dan tahun 2019 naik sebanyak 2 kali lipat yakni sebanyak 3.345 wajib pajak yang tidak laport.

4.1.2 Karakteristik Responden

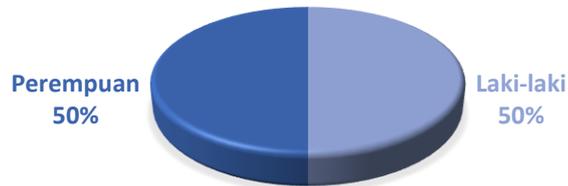
Karakteristik responden merupakan uraian deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti. Tujuan adanya deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran sampel penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti mengklasifikasikan responden ke dalam beberapa karakteristik. Karakteristik tersebut dibagi berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendapatan.

4.1.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik pertama adalah berdasarkan jenis kelamin responden yang terbagi dari laki-laki dan perempuan. Berdasarkan data yang telah diolah, jenis kelamin responden pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 4.7 di bawah ini :

Tabel 4. 7 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JUMLAH RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN



Sumber : Data Primer Diolah, 2022

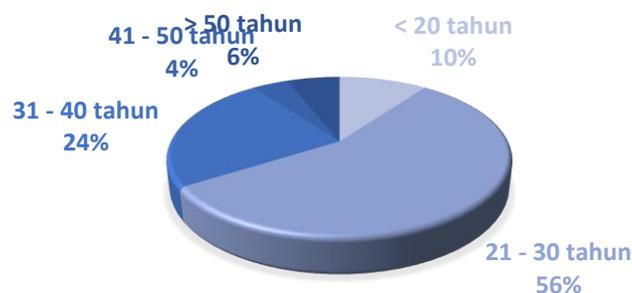
Dari data yang terlihat di tabel 4.7 tersebut menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin Laki-laki dengan Perempuanimbang. Dimana jenis kelamin Laki-laki dengan persentase 50% dengan jumlah responden 50 orang dan jenis kelamin wanita memiliki persentase 50% dengan jumlah responden 50 orang.

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik kedua berdasarkan usia responden. Gambaran mengenai usia responden dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini :

Tabel 4. 8 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

JUMLAH RESPONDEN BERDASARKAN USIA



Sumber : Data Primer Diolah, 2022

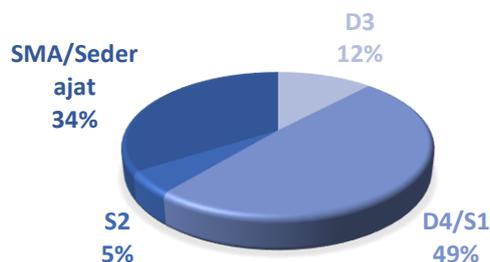
Dari tabel 4.8 tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 21 – 30 tahun dengan presentase sebesar 56% dengan jumlah responden sebanyak 56 orang, kemudian disusul oleh rentang usia 31 – 40 tahun sebanyak 24 orang (24%), rentang usia kurang dari 20 tahun sebanyak 10 orang (10%), rentang usia diatas 50 tahun sebanyak 6 orang (6%) dan rentang usia 41 – 50 tahun sebanyak 4 orang (4%).

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik ketiga berdasarkan pendidikan responden. Gambaran mengenai Pendidikan responden dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini :

Tabel 4. 9 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan

JUMLAH RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN



Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Dari tabel 4.9 tersebut dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini yang memiliki Pendidikan SMA/ sederajat sebanyak 34 orang (34%), yang memiliki Pendidikan D3 sebanyak 12 orang (12%), yang memiliki Pendidikan D4/S1 sebanyak 49 orang (49%), dan yang memiliki Pendidikan S2 sebanyak 5 orang (5%). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini memiliki Pendidikan D4/S1.

4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Terdaftar di KPP Pratama

Karakteristik keempat berdasarkan tempat terdaftar usaha di KPP Pratama. Gambaran mengenai Terdaftar di KPP Pratama responden dapat dilihat pada :

Tabel 4. 10 Jumlah Responden Berdasarkan Terdaftar di KPP Pratama

JUMLAH RESPONDEN BERDASARKAN TERDAFTAR DI KPP PRATAMA



Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Dari tabel diatas tersebut dapat dilihat bahwa responden yang Terdaftar di KPP Pratama Pondok Aren sebanyak 49 orang (49%), dan yang Terdaftar di KPP Pratama Serpong sebanyak 51 orang (51%).

4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Karakteristik kelima berdasarkan penghasilan responden. Gambaran mengenai Penghasilan responden dapat dilihat pada tabel 4.11 dibawah ini :

Tabel 4. 11 Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan

JUMLAH RESPONDEN BERDASARKAN PENGHASILAN



Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Dari tabel 4.11 tersebut dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini yang memiliki Penghasilan Kurang dari Rp. 5.000.000 sebanyak 27 orang (27%), yang memiliki Penghasilan Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000 sebanyak 55 orang (55%), dan yang memiliki Penghasilan Rp. 11.000.000 - Rp. 20.000.000 sebanyak 18 orang (18%).

4.2 Uji Prasyarat Analisis

4.2.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif terhadap 100 responden untuk diolah lebih lanjut. Dimana pengukuran ini dibutuhkan untuk menarik kesimpulan. Dengan melakukan perhitungan ini akan mendapatkan gambaran tentang sampel secara garis besarnya, sehingga dapat mendekati kebenaran populasi. Berdasarkan kuesioner yang telah diberikan kepada 100 orang responden, maka untuk mengetahui mayoritas jawaban responden pada masing-masing item dapat dibuat rumus sturges sebagai berikut :

$$\text{Interval Kelas (c)} = (X_n - X_1) : k$$

Dimana :

c = perkiraan besarnya

k = banyaknya kelas

X_n = nilai skor tertinggi

X_1 = nilai skor terendah

$$\begin{aligned} \text{Interval Kelas (c)} &= (5 - 1) : 5 \\ &= 4 : 5 \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Tabel 4. 12 Interpretasi Rata-Rata Jawaban Responden

Interval rata-rata	Pernyataan
1,0 – 1,79	Sangat Tidak Baik
1,8 – 2,59	Tidak Baik
2,6 – 3,39	Sedang
3,4 – 4,19	Baik
4,2 – 5,00	Sangat Baik

4.2.1.1 Distribusi Frekuensi Variabel Sosialisasi Perpajakan (X1)

Variabel Sosialisasi Perpajakan terdapat 6 (enam) indikator pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.13 :

Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Variabel Sosialisasi Perpajakan

Item	SS		S		RR		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	Item
SP1	50	50.00	31	31.00	9	9.00	10	10.00	0	0.00	100	100	4.21
SP2	49	49.00	43	43.00	6	6.00	2	2.00	0	0.00	100	100	4.39
SP3	33	33.00	30	30.00	20	20.00	13	13.00	4	4.00	100	100	3.75
SP4	61	61.00	33	33.00	5	5.00	1	1.00	0	0.00	100	100	4.54
SP5	45	45.00	44	44.00	10	10.00	1	1.00	0	0.00	100	100	4.33
SP6	61	61.00	34	34.00	4	4.00	1	1.00	0	0.00	100	100	4.55
Grand Mean												4.30	

Sumber : data primer diolah 2022

Pada Tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, didapatkan penilaian responden tentang variabel Sosialisasi Perpajakan. hasil perhitungan rata – rata variabel Sosialisasi Perpajakan sebesar 4,30. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan memiliki kategori penilaian yang sangat baik.

4.2.1.2 Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan (X2)

Variabel Pengetahuan terdapat 6 (enam) indikator pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan

Item	SS		S		RR		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	Item
PP1	52	52.00	36	36.00	9	9.00	3	3.00	0	0.00	100	100	4.37
PP2	49	49.00	37	37.00	12	12.00	2	2.00	0	0.00	100	100	4.33
PP3	56	56.00	37	37.00	7	7.00	0	0.00	0	0.00	100	100	4.49
PP4	34	34.00	39	39.00	23	23.00	3	3.00	1	1.00	100	100	4.02
PP5	45	45.00	36	36.00	14	14.00	4	4.00	1	1.00	100	100	4.20
PP6	55	55.00	30	30.00	10	10.00	5	5.00	0	0.00	100	100	4.35
Grand Mean												4.29	

Sumber : data primer diolah 2022

Pada Tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, didapatkan penilaian responden tentang variabel Pengetahuan. hasil perhitungan rata – rata variabel Pengetahuan sebesar 4,29. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan memiliki kategori penilaian yang sangat baik.

4.2.1.3 Distribusi Frekuensi Variabel Tax Awareness (Z)

Variabel *Tax Awareness* terdapat 6 (enam) indikator pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Variabel Tax Awareness (Z)

Item	SS		S		RR		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	Item
TA1	71	71.00	28	28.00	1	1.00	0	0.00	0	0.00	100	100	4.70
TA2	34	34.00	47	47.00	10	10.00	4	4.00	5	5.00	100	100	4.01
TA3	34	34.00	40	40.00	17	17.00	3	3.00	6	6.00	100	100	3.93
TA4	61	61.00	30	30.00	9	9.00	0	0.00	0	0.00	100	100	4.52
TA5	59	59.00	28	28.00	12	12.00	1	1.00	0	0.00	100	100	4.45
TA6	71	71.00	19	19.00	9	9.00	0	0.00	1	1.00	100	100	4.59
Grand Mean												4.37	

Sumber : data primer diolah 2022

Pada Tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, didapatkan penilaian responden tentang variabel *Tax Awareness*. hasil perhitungan rata – rata variabel *Tax Awareness* sebesar 4,37. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *Tax Awareness* memiliki kategori penilaian yang sangat baik.

4.2.1.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Dalam variabel Kepatuhan Wajib Pajak terdapat 6 (enam) indikator item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.16 :

Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi Variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Item	SS		S		RR		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	Item
KWP1	50	50.00	33	33.00	14	14.00	3	3.00	0	0.00	100	100	4.30
KWP2	54	54.00	38	38.00	7	7.00	1	1.00	0	0.00	100	100	4.45
KWP3	58	58.00	33	33.00	8	8.00	1	1.00	0	0.00	100	100	4.48
KWP4	64	64.00	24	24.00	10	10.00	2	2.00	0	0.00	100	100	4.50
KWP5	60	60.00	24	24.00	15	15.00	1	1.00	0	0.00	100	100	4.43
KWP6	63	63.00	29	29.00	7	7.00	1	1.00	0	0.00	100	100	4.54
Grand Mean												4.45	

Sumber : data primer diolah 2022

Dapat diketahui bahwa dari 100 responden, didapatkan penilaian responden tentang variabel Kepatuhan Wajib Pajak. hasil perhitungan rata – rata variabel Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 4,45. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepatuhan Wajib Pajak memiliki kategori penilaian yang sangat baik.

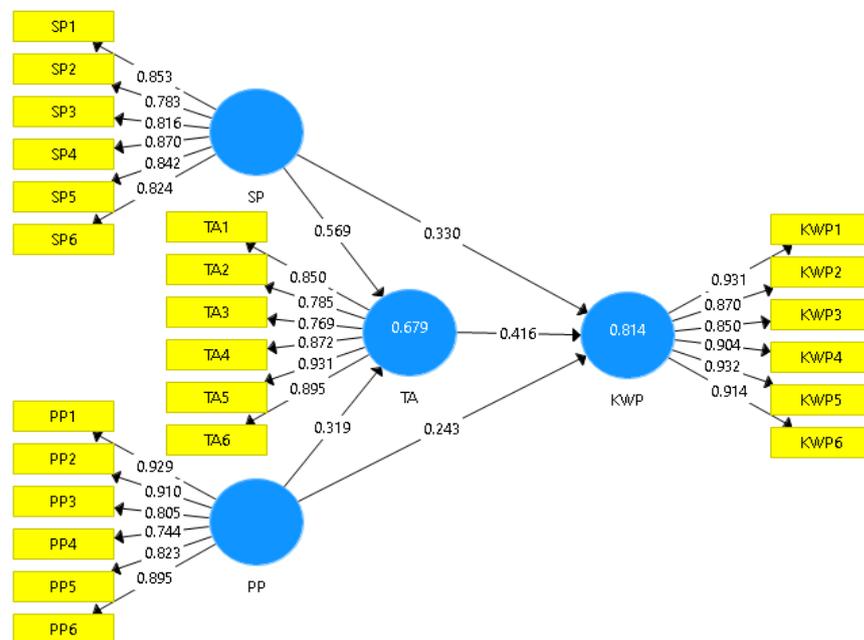
4.2.2 Analisis *Partial Least Square* (PLS)

Teknik pengolahan data menggunakan metode SEM berbasis *Partial Least Square* (PLS). *Software* PLS pada penelitian ini menggunakan *software* yang dikembangkan di *University of Hamburg* Jerman yang diberi nama *SMARTPLS*

versi 3. Pada metode PLS terdapat dua tahapan, tahap pertama yaitu evaluasi *outer model* atau model pengukuran item pertanyaan terhadap variabelnya. Tahap kedua adalah evaluasi terhadap *inner model* atau model struktural untuk mengetahui hasil pengujian hipotesis yang digunakan. Pada pengujian ini juga dilakukan estimasi koefisien – koefisien jalur yang mengidentifikasi kekuatan dari hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen.

4.2.2.1 Evaluasi Model Pengukuran/ *Measurement (Outer Model)*

Terdapat tiga kriteria di dalam penggunaan teknik analisa data dengan SmartPLS untuk menilai *outer model* yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* yang diestimasi dengan Software PLS. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Dalam penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,70.



Gambar 4. 1 Model Struktural (*Outer Model*) (Pengolahan Data Dengan PLS, 2022)

4.2.2.1.1 Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen didapat dari model pengukuran dengan refleksi indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara skor item (*component score*) dengan skor variabel laten (*construct score*). Kemudian apabila hasil pengujian nilai faktor loading di atas 0,7 maka dikatakan ideal dan valid. Tetapi, jika nilai faktor loading 0,5 juga masih dapat diterima namun jika nilai faktor loading dibawah 0,5 maka item yang digunakan harus di keluarkan dari model. Pada penelitian ini yang di gunakan nilai kritis 0,7. Berikut disajikan hasil dari outer loading untuk setiap indikator – indikator yang dimiliki oleh tiap – tiap variabel laten eksogen dan endogen yang didapat dari olah data menggunakan SmartPLS versi 3.0 :

Tabel 4. 17 *Outer Loadings*

	KWP	PP	SP	TA
KWP1	0.931			
KWP2	0.870			
KWP3	0.850			
KWP4	0.904			
KWP5	0.932			
KWP6	0.914			
PP1		0.929		
PP2		0.910		
PP3		0.805		
PP4		0.744		
PP5		0.823		
PP6		0.895		
SP1			0.853	
SP2			0.783	
SP3			0.816	
SP4			0.870	
SP5			0.842	
SP6			0.824	
TA1				0.850
TA2				0.785
TA3				0.769
TA4				0.872
TA5				0.931
TA6				0.895

Sumber : Pengolahan data dengan SmartPLS (2022)

Tabel diatas menggambarkan nilai faktor *loading* (*convergent validity*) dari setiap indikator. Nilai faktor loading > 0,7 dapat dikatakan valid. Dari tabel 4.19, dapat diketahui bahwa semua nilai faktor loading dari indikator Sosialisasi Perpajakan (X1), Pengetahuan (X2), *Tax Awareness* (Z) dan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa indikator – indikator tersebut ideal atau valid.

4.2.2.1.2 Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Setelah *convergen validity*, evaluasi selanjutnya adalah melihat *discriminant validity* dengan *cross loading*. *Discriminant validity* dari model pengukuran dinilai berdasarkan pengukuran *cross loading* dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan pokok pengukuran (setiap indikatornya) lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka konstruk laten memprediksi indikatornya lebih baik daripada konstruk lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai *loading* dari setiap indikator dari sebuah variabel laten memiliki nilai *loading* yang paling besar dengan nilai *loading* lain terhadap variabel laten lainnya. Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4. 18 Nilai *Cross Loading*

	KWP	PP	SP	TA
KWP1	0.931	0.747	0.776	0.839
KWP2	0.870	0.594	0.664	0.679
KWP3	0.850	0.719	0.762	0.755
KWP4	0.904	0.669	0.728	0.745
KWP5	0.932	0.727	0.796	0.846
KWP6	0.914	0.687	0.735	0.711
PP1	0.742	0.929	0.688	0.728
PP2	0.736	0.910	0.630	0.677
PP3	0.621	0.805	0.445	0.465
PP4	0.493	0.744	0.535	0.465
PP5	0.578	0.823	0.537	0.550
PP6	0.723	0.895	0.687	0.709
SP1	0.736	0.538	0.853	0.715
SP2	0.644	0.674	0.783	0.597
SP3	0.690	0.544	0.816	0.672
SP4	0.666	0.548	0.870	0.596
SP5	0.665	0.621	0.842	0.646
SP6	0.719	0.557	0.824	0.705
TA1	0.741	0.605	0.730	0.850

TA2	0.516	0.455	0.552	0.785
TA3	0.587	0.509	0.600	0.769
TA4	0.748	0.612	0.654	0.872
TA5	0.851	0.695	0.741	0.931
TA6	0.829	0.723	0.735	0.895

Sumber: Pengolahan Data Dengan PLS, 2022

Berdasarkan nilai *cross loading*, dapat diketahui bahwa semua indikator yang menyusun masing-masing variabel dalam penelitian ini (nilai yang dicetak tebal) telah memenuhi *discriminant validity* karena memiliki nilai *outer loading* terbesar untuk variabel yang dibentuknya dan tidak pada variabel yang lain. Dengan demikian semua indikator di tiap variabel dalam penelitian ini telah memenuhi *discriminant validity*.

Evaluasi pengukuran *Diskriminant Validity* selanjutnya adalah *Fornell Larcker* yaitu dengan membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antar konstruk. Jika nilai akar AVE lebih tinggi daripada nilai korelasi di antara konstruk, maka *discriminant validity* yang baik tercapai. Selain itu, nilai AVE lebih besar dari 0,5 sangat direkomendasikan.

Tabel 4. 19 Nilai *discriminant validity* Fornell Larcker

	KWP	PP	SP	TA
KWP	0.901			
PP	0.77	0.854		
SP	0.828	0.696	0.832	
TA	0.851	0.715	0.791	0.852

Sumber: Pengolahan Data Dengan PLS, 2022

Berdasarkan perhitungan *Fornell-Larcker Criterion* didapatkan bahwa nilai korelasi antar variabel masih dibawah nilai akar kuadrat dari AVE (cetak Tebal), dengan demikian semua indikator di tiap variabel dalam penelitian ini telah memenuhi *discriminant validity*.

4.2.2.2 Evaluasi Model (*Goodness of Fit Model*)

Pengujian selanjutnya untuk menganalisis *outer model* adalah dengan melihat reliabilitas konstruk variabel laten yang diukur dengan dua kriteria yaitu *composite reliability* dan *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun nilai *cronbach alpha* diatas 0,70. Berikut hasil Evaluasi Model PLS :

Tabel 4. 20 Goodness of Fit

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
PP	0.925	0.941	0.729
SP	0.911	0.931	0.692
TA	0.924	0.941	0.726
KWP	0.953	0.963	0.811

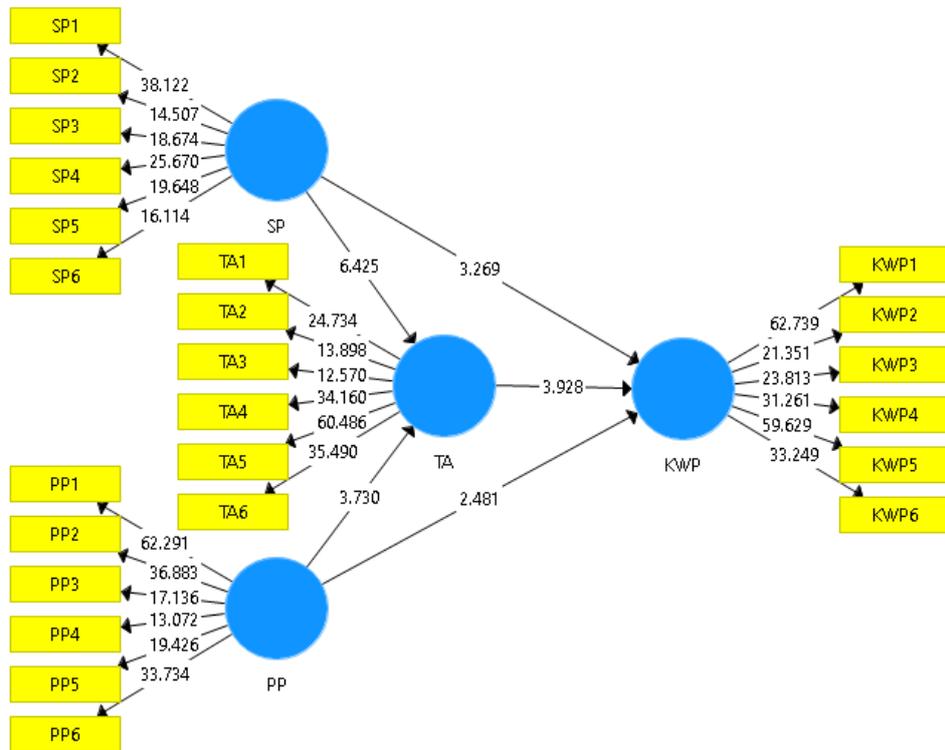
Sumber: Pengolahan Data Dengan PLS, 2022

Nilai AVE untuk keempat konstruk tersebut lebih besar dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa evaluasi pengukuran model memiliki diskriminan validity yang baik.

Disamping uji validitas konstruk, dilakukan juga uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan uji kriteria yaitu *composite reliability* dan *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk yang dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0.70. Jadi dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

4.2.2.3 Evaluasi Model Struktural / Structural (*Inner Model*)

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.



Gambar 4. 2 Model Struktural (Inner Model)

4.2.2.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan *uji goodness-fit model*.

Tabel 4. 21 Nilai R-Square

Variabel	R Square
Z	0.679
Y	0.814

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2022

Pada prinsipnya penelitian ini menggunakan dua buah variabel endogen yang dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel *Tax Awareness* (Z) yang dipengaruhi oleh variabel Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan. Demikian juga

dengan variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) yang dipengaruhi oleh variabel Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan, dan variabel *Tax Awareness* (Z).

Tabel 4.21 menunjukkan nilai *R-square* untuk variabel *Tax Awareness* diperoleh sebesar 0,679. Nilai *R-square* tersebut menunjukkan bahwa 67,9% variabel *Tax Awareness* (Z) dapat dipengaruhi oleh variabel Sosialisasi Perpajakan dan Pengetahuan. sedangkan sisanya 32,1% di pengaruhi oleh variabel lain di luar yang diteliti.

Kemudian Tabel 4.22 juga menunjukkan nilai *R-square* Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,814 menunjukkan variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dipengaruhi oleh variabel Sosialisasi Perpajakan (X1), Pengetahuan (X2), dan *Tax Awareness* (Z) sebesar 81,4% sedangkan sisanya 18,6% di pengaruhi oleh variabel lain di luar yang diteliti.

4.2.2.5 *Predictive Relevance (Q²)*

Goodness of Fit Model diukur menggunakan *R-square* variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi, sedangkan *Q-Square predictive relevance* untuk model struktural, *predictive relevance* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai konservasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran Q^2 ini setara dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur (*path analysis*). Berdasarkan tabel 4.22 maka perhitungan *predictive relevance* adalah sebagai berikut

$$\text{Nilai } Q^2 = 1 - (1 - R^2) \times (1 - R^2)$$

$$\text{Nilai } Q^2 = 1 - (1 - 0.6792) \times (1 - 0.8172)$$

$$= 1 - (1 - 0,461) \times (1 - 0,667)$$

$$= 1 - (0,539) \times (0,333)$$

$$= 0,82$$

Keterangan :

Q^2 : nilai *Predictive Relevance*

R_1^2 : nilai *R-Square* variabel *Tax Awareness*

R_2^2 : nilai *R-Square* variabel Kepatuhan Wajib Pajak

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui nilai Q^2 sebesar 0.8205, artinya adalah besarnya keragaman data dari penelitian yang dapat dijelaskan oleh model struktural yang dirancang adalah sebesar 82,05%, sedangkan sisanya 17,5% dijelaskan oleh faktor lain diluar model. Berdasarkan hasil ini dapat dikatakan model struktural pada penelitian ini cukup baik karena lebih mendekati nilai 1.

4.2.2.6 Uji Sobel (*Sobel Test*)

Untuk mengetahui variabel mediasi, maka perlu dilakukan uji sobel yang akan menjelaskan pengaruh secara tidak langsung. Dibawah ini adalah hipotesis pengaruh tidak langsung menggunakan *sobel test* :

a. **Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak melalui *tax awareness*.**

Pengujian terhadap pengaruh mediasi dengan variabel dependen dapat dilakukan dengan perhitungan rumus Sobel sebagai berikut :

a	= 0.330	b	= 0.416
Sa	= 0.101	Sb	= 0.106

Besarnya koefisien tidak langsung variabel modal intelektual terhadap nilai perusahaan merupakan perkalian dari pengaruh variabel modal intelektual terhadap variabel profitabilitas dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian dapat diperoleh sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \mathbf{Ab} &= a \cdot b \\ &= 0.330 \times 0.416 \\ &= 0.241 \end{aligned}$$

Besarnya standard error tidak langsung modal intelektual terhadap nilai perusahaan merupakan perkalian dari modal intelektual terhadap profitabilitas dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian dapat diperoleh sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \mathbf{Sab} &= \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2} \\ &= \sqrt{(0.416)^2(0.101)^2 + (0.330)^2(0.106)^2 + (0.101)^2(0.106)^2} \\ &= 0.071 \end{aligned}$$

Dengan nilai uji t diperoleh sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \mathbf{t} &= ab / Sab \\ &= 0.241 / 0.071 \\ &= 3.346 \end{aligned}$$

b. Pengetahuan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui tax awareness

Pengujian terhadap pengaruh mediasi dengan variabel dependen dapat dilakukan dengan perhitungan rumus Sobel sebagai berikut :

a	= 0.243	b	= 0.416
Sa	= 0.098	Sb	= 0.106

Besarnya koefisien tidak langsung variabel modal intelektual terhadap nilai perusahaan merupakan perkalian dari pengaruh variabel modal intelektual terhadap variabel profitabilitas dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian dapat diperoleh sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \mathbf{Ab} &= a \cdot b \\ &= 0.243 \times 0.416 \\ &= 0.137 \end{aligned}$$

Besarnya standard error tidak langsung modal intelektual terhadap nilai perusahaan merupakan perkalian dari modal intelektual terhadap profitabilitas

dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian dapat diperoleh sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sab} &= \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2} \\ &= \sqrt{(0.416)^2 (0.101)^2 + (0.330)^2 (0.106)^2 + (0.101)^2 (0.106)^2} \\ &= 0.055 \end{aligned}$$

Dengan nilai uji t diperoleh sebagai berikut :

$$\begin{aligned} t &= ab / Sab \\ &= 0.137 / 0.055 \\ &= 2.397 \end{aligned}$$

4.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian menggunakan nilai Signifikansi parameter yang diestimasi untuk memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *bootstrap* terhadap sampel. Pengujian dengan *bootstrap* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil pengujian dengan *bootstrapping* dari analisis PLS adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
SP -> TA	0.569	6.425	0.000	Signifikan
PP -> TA	0.319	3.730	0.000	Signifikan
SP -> KWP	0.330	3.269	0.001	Signifikan
PP -> KWP	0.243	2.481	0.013	Signifikan
TA -> KWP	0.416	3.928	0.000	Signifikan

Sumber: Pengolahan Data Dengan PLS, 2022

Persamaan struktural yang didapat adalah :

$$Z = 0,569 X1 + 0,319 X2$$

$$Y = 0,330 X1 + 0,243 X2 + 0,416 Y$$

Hasil pengujian hipotesis yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai t hitung. Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t-tabel. Nilai t-tabel dapat diperoleh dari 100 responden yang pada akhirnya didapatkan t-tabel sebesar 1,960. Namun jika menggunakan nilai p-value maka nilai pembadingan yang digunakan adalah nilai tingkat kesalahan (α) sebesar 5%. Hasil pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

4.3.1 Sosialisasi Perpajakan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .

Hasil pengujian hipotesis variabel Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak didapatkan koefisien jalur sebesar 0,330 dan t hitung sebesar 3,269. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,960) atau $p(0,001) < 0,05$. Maka didapatkan hasil H_0 ditolak, sehingga Sosialisasi Perpajakan mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. hal ini berarti hipotesis pertama diterima.

4.3.2 Pengetahuan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .

Hasil pengujian hipotesis variabel Pengetahuan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak didapatkan koefisien jalur sebesar 0,243 dan t hitung sebesar 2,481. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,960) atau $p(0,013) < 0,05$. Maka didapatkan hasil H_0 ditolak, sehingga Pengetahuan mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. hal ini berarti hipotesis kedua diterima.

4.3.3 Sosialisasi Perpajakan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap *Tax Awareness*.

Hasil pengujian hipotesis variabel Sosialisasi Perpajakan terhadap *Tax Awareness* didapatkan koefisien jalur sebesar 0,569 dan t hitung sebesar 6,425. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,960) atau $p(0,000) \leq 0,05$. Maka didapatkan hasil H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga Sosialisasi Perpajakan

mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *Tax Awareness*. hal ini berarti hipotesis ketiga diterima.

4.3.4 Pengetahuan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap *Tax Awareness*.

Hasil pengujian hipotesis variabel Pengetahuan terhadap *Tax Awareness* didapatkan koefisien jalur sebesar 0,319 dan t hitung sebesar 3,730. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,960) atau $p(0,000) \leq 0,05$. Maka didapatkan hasil H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga Pengetahuan mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *Tax Awareness*. hal ini berarti hipotesis keempat diterima.

4.3.5 *Tax Awareness* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak .

Hasil pengujian hipotesis variabel *Tax Awareness* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak didapatkan koefisien jalur sebesar 0,416 dan t hitung sebesar 3,928. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,960) atau $p(0,000) \leq 0,05$. Maka didapatkan hasil H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga *Tax Awareness* mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak . hal ini berarti hipotesis kelima diterima.

a. Pengujian *Tax Awareness* sebagai Variabel Mediasi dalam Hubungan Sosialisasi Perpajakan, Pengetahuan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pada hubungan Sosialisasi Perpajakan dan Pengetahuan, terhadap Kepatuhan Wajib Pajak terdapat dugaan variabel *Tax Awareness* sebagai variabel Mediasi. Hipotesis penelitian yang diuji sebagai berikut:

$H_{6.7}$: Sosialisasi Perpajakan dan Pengetahuan, mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak melalui *Tax Awareness*.

Perhitungan besarnya pengaruh tidak langsung serta hubungan antar variabel dengan menggunakan rumus Sobel telah disajikan dalam sebuah ringkasan hasil. Ringkasan tersebut dalam dilihat pada Tabel 4.23.

Tabel 4. 23 Pengaruh Tidak Langsung

	Indirect Effect	T Statistics (O/STDEV)	P Values
SP -> TA -> KWP	0.237	3.346	0.001
PP -> TA -> KWP	0.133	2.397	0.017

Berdasarkan Tabel diatas bisa didapatkan pengaruh tidak langsung sebagai berikut:

4.3.6 *Tax Awareness* memediasi hubungan antara Sosialisasi Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak .

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa hubungan variabel Sosialisasi Perpajakan dengan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) melalui *Tax Awareness* menunjukkan nilai koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,237 dengan nilai t statistik sebesar 3,346. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,960) atau $p(0,001) < 0,05$. Hasil ini berarti bahwa *Tax Awareness* memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjembatani Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Hasil diatas menunjukkan bahwa H_0 ditolak hal ini berarti Hipotesis 6 diterima.

4.3.7 *Tax Awareness* memediasi hubungan antara Pengetahuan dengan Kepatuhan Wajib Pajak .

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa hubungan variabel Pengetahuan dengan Kepatuhan Wajib Pajak (Y) melalui *Tax Awareness* menunjukkan nilai koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,133 dengan nilai t statistik sebesar 2,397. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,960) atau $p(0,017) < 0,05$. Hasil ini berarti bahwa *Tax Awareness* memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjembatani Pengetahuan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak . Hasil diatas menunjukkan bahwa H_0 ditolak hal ini berarti Hipotesis 7 diterima.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan metode analisis jalur dapat diketahui bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur ialah sebesar 0,330. Arah hubungan yang positif menunjukkan jika semakin baik Sosialisasi Perpajakan maka Kepatuhan Wajib Pajak juga akan semakin meningkat. Hasil analisis jalur yang menunjukkan nilai probabilitas atau signifikan t sebesar 0,001 dengan α 0,05 ($0,001 < 0,05$) membuktikan bahwa H_0 ditolak. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak.

Sosialisasi yakni suatu upaya yang dibuat oleh Direktorat jendral Pajak melalui berbagai macam metode untuk memberikan informasi yang berhubungan dengan aturan dan kegiatan perpajakan, agar dapat dimengerti oleh masyarakat umum, khususnya wajib pajak orang pribadi dan wajib pajak badan usaha. Oleh karena itu perlu dilberlakukan sosialisasi perpajakan yang intensif agar meningkatkan pengetahuan serta wawasan kepada masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2017) mengungkapkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Kemudian, menurut penelitian Wardani & Wati, (2018) juga menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan juga berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu apabila tingkat sosialisasi semakin tinggi maka semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak terhadap kewajibannya. Namun menurut Winerungan (2013) menyatakan sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

4.4.2 Pengetahuan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan metode analisis jalur dapat diketahui bahwa variabel Pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap

Kepatuhan Wajib Pajak menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur ialah sebesar 0,243. Arah hubungan yang positif menunjukkan jika semakin baik Pengetahuan maka Kepatuhan Wajib Pajak juga akan semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis jalur yang menunjukkan nilai probabilitas atau signifikan t sebesar 0,013 dengan α 0,05 ($0,013 < 0,05$) membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa bahwa variabel Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak dimana semakin baik Pengetahuan, maka semakin tinggi Kepatuhan Wajib Pajak.

Berdasarkan Kurangnya pengetahuan pajak adalah salahsatu penyebab dari ketidakpatuhan wajib pajak dalam membayarkan pajaknya. Oleh karena itu pengetahuan wajib pajak sangat penting bagi wajib pajak agar paham mengenai ketentuan dan aturan perpajakan. Berdasarkan hasil penelitian Wardani & Wati, (2018), mengungkapkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun menurut P. S. Perpajakan et al., (2020) bahwa pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Bandung Cicadas. Pada penelitian yang dilakukan oleh P. S. Perpajakan et al., (2020) dapat disimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan belum tentu mendorong wajib pajak untuk patuh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

4.4.3 Sosialisasi Perpajakan terhadap *Tax Awareness*

Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan metode analisis jalur dapat diketahui bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap *Tax Awareness* menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur ialah sebesar 0,569. Arah hubungan yang positif menunjukkan jika semakin baik Sosialisasi Perpajakan maka *Tax Awareness* juga akan semakin meningkat. hasil analisis jalur yang menunjukkan nilai probabilitas atau signifikan t sebesar 0,000 dengan α 0,05 ($0,000 < 0,05$) membuktikan bahwa H_0 ditolak. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan berpengaruh signifikan terhadap variabel *Tax Awareness*.

Menurut penelitian Faizin (2016), sosialisasi merupakan bentuk usaha yang dibuat oleh Dirjen Pajak dengan berbagai macam metode untuk memberikan segala informasi mengenai peraturan dan kegiatan yang terkait pajak agar dapat dipahami oleh masyarakat umum, khususnya wajib pajak orang pribadi dan wajib pajak badan usaha. Oleh karena itu perlu diberlakukan sosialisasi perpajakan secara intensif agar meningkatkan pengetahuan serta wawasan kepada masyarakat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Puspita (2016) menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak. Sedangkan, menurut penelitian Setyaningrum (2017) menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak.

4.4.4 Pengetahuan terhadap *Tax Awareness*

Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan metode analisis jalur dapat diketahui bahwa variabel Pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap *Tax Awareness* menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur ialah sebesar 0,319. Arah hubungan yang positif menunjukkan jika semakin baik Pengetahuan maka *Tax Awareness* juga akan semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis jalur yang menunjukkan nilai probabilitas atau signifikan t sebesar 0,000 dengan α 0,05 ($0,000 < 0,05$) membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa bahwa variabel Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel *Tax Awareness* dimana semakin baik Pengetahuan, maka semakin tinggi *Tax Awareness*.

Pengetahuan mengenai peraturan dan kegiatan perpajakan merupakan suatu bentuk dimana wajib pajak dapat memahami dan mengetahui tentang perpajakan sehingga wajib pajak dapat mengaplikasikannya dalam memenuhi kewajiban pajak. Menurut Suryadi (2006), tingginya pengetahuan mengenai perpajakan baik formal maupun non formal dapat berdampak positif terhadap *Tax Awareness*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rohmawati et.al., (2013) dan Nugroho (2012) menyatakan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap *Tax Awareness*.

4.4.5 Tax Awareness terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan metode analisis jalur dapat diketahui bahwa variabel *Tax Awareness* memiliki pengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur ialah sebesar 0,416. Arah hubungan yang positif menunjukkan jika semakin baik *Tax Awareness* maka Kepatuhan Wajib Pajak juga akan semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis jalur yang menunjukkan nilai probabilitas atau signifikan t sebesar 0,010 dengan α 0,05 ($0,010 < 0,05$) membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa bahwa variabel *Tax Awareness* berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak dimana semakin baik *Tax Awareness*, maka semakin tinggi Kepatuhan Wajib Pajak.

Tax Awareness atau kesadaran wajib pajak merupakan suatu motivasi yang timbul dari dalam diri individu itu sendiri untuk menjalankan kewajibannya sebagai wajib pajak. Tingkat *Tax Awareness* dapat membuktikan seberapa besar tingkat pemahaman individu tentang perpajakan. Oleh sebab itu, semakin tinggi tingkat pemahaman individu maka kesadaran pelaksanaan kewajiban perpajakan semakin tinggi juga sehingga dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajaknya (Faizin et al., 2016). Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmadian, (2013) dan Tiraada (2013) menyatakan bahwa *Tax Awareness* berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

4.4.6 Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Tax Awareness sebagai Pemediasi

Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan metode analisis jalur dapat diketahui bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan *Tax Awareness* sebagai variabel mediasi menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur ialah sebesar 0,237. Arah hubungan yang positif menunjukkan jika semakin baik Sosialisasi Perpajakan maka Kepatuhan

Wajib Pajak juga akan semakin meningkat. hasil analisis jalur yang menunjukkan nilai probabilitas atau signifikan t sebesar 0,001 dengan α 0,05 ($0,001 < 0,05$) membuktikan bahwa H_0 ditolak. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak dengan *Tax Awareness* sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2015) menyatakan bahwa *Tax Awareness* tidak memediasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun menurut Puspita (2018) penelitian yang dilakukan di kota Kediri menunjukkan bahwa *Tax Awareness* memediasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. Maka berdasarkan uraian tersebut mengenai pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui *Tax Awareness*

4.4.7 Pengetahuan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan *Tax Awareness* sebagai Pemediasi

Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan metode analisis jalur dapat diketahui bahwa variabel Pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan *Tax Awareness* sebagai variabel mediasi menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur ialah sebesar 0,133. Arah hubungan yang positif menunjukkan jika semakin baik *Tax Awareness* dalam memediasi, maka hubungan Pengetahuan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak juga akan semakin meningkat. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis jalur yang menunjukkan nilai probabilitas atau signifikan t sebesar 0,017 dengan α 0,05 ($0,017 < 0,05$) membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa bahwa variabel Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak dengan *Tax Awareness* sebagai variabel mediasi.

Menurut Rohmawati (2013), meningkatnya pengetahuan mengenai perpajakan maka akan meningkat pula tingkat *Tax Awareness* dan kepatuhan wajib pajak. Namun menurut Wulandari (2015), *Tax Awareness* tidak memediasi pengetahuan terhadap kepatuhan wajib pajak.

