



Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Usaha E-Commerce di Kota Bekasi

Siti Azizah Sairudin ^{1*}, Layon Hocben Hutagaol ¹

¹ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Insani, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

*Corresponding author: sitiazizahsairudin@gmail.com

Artikel Info	Abstrak
Direvisi, 14/05/2025 Diterima, 24/06/2026 Dipublikasi, 04/07/2026	Transformasi digital yang mengubah aktivitas ekonomi secara online mendorong studi ini guna membuat sebab dari suatu kepatuhan wajib pajak pada pelaku usaha e-commerce di Kota Bekasi. Pertumbuhan sektor e-commerce yang semakin pesat menuntut peningkatan kepatuhan pajak dari para pelaku usaha guna mendukung optimalisasi penerimaan negara. Studi ini bermaksud guna menginvestigasi dampak dari pengetahuan mengenai peraturan pajak, besaran pajak, hukuman pajak, dan kesadaran wajib pajak terhadap ketaatan mereka. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah kuantitatif dengan cara mengumpulkan data melalui kuesioner yang menggunakan skala Likert. Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pedoman Roscoe, yang menghasilkan 100 responden dari total 121 yang berhasil dikumpulkan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode statistik melalui perangkat lunak SPSS versi 25. Temuan dari penelitian ini membuktikan yakni pengetahuan regulasi pajak, besaran pajak, dan kesadaran para pembayar pajak yang dominan secara substansi terkait tingkat kepatuhan mereka, sedangkan hukuman pajak tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Secara simultan wawasan peraturan pajak, tarif pajak, sanksi pajak, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Studi ini memberikan informasi yang dapat digunakan oleh pembuat kebijakan dalam meningkatkan efektivitas peraturan perpajakan.
Kata Kunci: Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak	Abstract <i>The digital transformation that has shifted economic activities online prompted this study to examine the factors influencing tax compliance among e-commerce businesses in Bekasi City. The rapid growth of the e-commerce sector demands increased tax compliance from businesses to support the optimization of government revenue. This study aims to investigate the impact of knowledge regarding tax regulations, tax rates, tax penalties, and tax awareness on their compliance. The method used in this study is quantitative, involving data collection via a questionnaire using a Likert scale. The sample size was determined based on Roscoe's guidelines, resulting in 100 respondents out of a total of 121 successfully collected. Data analysis was conducted using statistical methods via SPSS version 25 software. The findings of this study demonstrate that knowledge of tax regulations, tax rates, and taxpayer awareness are the dominant factors substantially related to their compliance levels, whereas tax penalties do not show a significant influence. Simultaneously, knowledge of tax regulations, tax rates, tax penalties, and taxpayer awareness have a significant effect on taxpayer compliance. This study provides information that policymakers can use to improve the effectiveness of tax regulations.</i>
Keywords: Tax Regulation Understanding, Tax Rates, Tax Sanctions, Taxpayer Awareness, Taxpayer Compliance	

Pendahuluan

Transformasi digital telah menciptakan perubahan pada berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam pelaksanaan aktivitas ekonomi dan kegiatan usaha yang berkembang di Indonesia. Perkembangan teknologi digital telah memicu terciptanya sejumlah model usaha baru, termasuk melalui jual beli elektronik (e-commerce). Hadirnya e-commerce memberikan kemudahan bagi pebisnis untuk mengiklankan barang dan jasa dengan cara lebih luas, efisien, dan fleksibel. Peningkatan penggunaan transaksi digital sejak pandemi COVID-19 turut mempercepat pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia (Novitasari, 2022). Data BPS mencatat bahwa semakin banyak pelaku usaha yang memilih e-commerce sebagai media untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya dari tahun ke tahun.

Pertumbuhan tersebut membuat pemerintah semakin memberikan perhatian terhadap aspek perpajakan guna mengoptimalkan kontribusi sektor ekonomi digital terhadap penerimaan negara (Hama, 2021). Meskipun memiliki potensi yang besar untuk mendukung penerimaan pajak, tingkat kepatuhan wajib pajak pada sektor e-commerce masih menjadi tantangan yang perlu mendapat perhatian.

Tabel 1. Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Tahun 2020-2024

Tahun Pajak	Wajib Pajak Terdaftar	Wajib Pajak Lapor SPT	Rasio Kepatuhan
2020	19.006.794	14.755.255	77,63%
2021	19.002.585	15.976.387	84,07%
2022	19.075.197	16.556.759	86,80%
2023	19.182.071	16.682.564	86,97%
2024	19.273.374	16.520.000	85,75%

Berdasarkan Tabel 1, rasio kepatuhan pelaporan SPT Tahunan selama periode 2020-2024 masih mengalami fluktuasi. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara perkembangan aktivitas ekonomi digital dan tingkat ketaatan wajib pajak terhadap kewajiban yang telah ditetapkan pada peraturan perpajakan (Wildan, 2025). Kota Bekasi merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan pelaku usaha e-commerce yang cukup tinggi. Besarnya jumlah pelaku usaha digital menunjukkan adanya potensi penerimaan pajak yang besar, tetapi tak sepenuhnya diimbangi dengan kepatuhan perpajakan yang optimal (Karima, 2024). Berbagai faktor berperan dalam membentuk kepatuhan wajib pajak, di antaranya berkaitan dengan seberapa dalam seorang wajib pajak mengerti mengenai regulasi perpajakan yang ada, besaran tarif pajak yang dilaksanakan, serta konsekuensi hukum perpajakan yang dapat diterima, serta kesadaran wajib pajak.

Penguasaan yang lebih baik mengenai peraturan perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan masyarakat dalam memenuhi tanggung jawab di bidang pajak. Ketika tingkat pengetahuan yang dimiliki individu semakin tinggi, maka Semakin tinggi probabilitasnya untuk mampu menyelesaikan tanggung jawab itu dengan baik. (Widyanti et al., 2021). Besaran tarif pajak yang ditetapkan oleh pemerintah dapat memengaruhi cara pandang dan tindakan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajak. Pemerintah Indonesia membuat beberapa aturan pajak, termasuk menetapkan jumlah/tarif sebesar 0,5% untuk pelaku usaha guna meningkatkan kepatuhan perpajakan (Putra, 2020), sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2022. Pemberlakuan konsekuensi pajak yang konsisten bisa menjadi elemen yang mendukung peningkatan kepatuhan dari para wajib pajak (Zulma, 2020).

Pemerintah juga terus melakukan pembaruan regulasi perpajakan pada sektor digital (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2026). Salah satunya melalui PMK Nomor 37 Tahun 2025 terkait pemungut pajak dari pihak lain yang ditunjuk, penghasilan atas perdagangan melalui sistem elektronik. Regulasi ini mulai berlaku pada 14 Juli 2025 dan memiliki tujuan menaikkan, memperkuat serta memperlus efisien dan kepatuhan perpajakan di kalangan pelaku usaha e-commerce. Penerapan regulasi tersebut menunjukkan bahwa sektor perdagangan digital menjadi perhatian pemerintah dalam upaya optimalisasi penerimaan pajak nasional (Sinaga et al., 2023). Kepatuhan yang dilakukan atas kemauan sendiri tidak terlepas dari tingkat kesadaran wajib pajak terhadap tanggung jawab perpajakannya (Yuliani et al., 2023).

Penelitian ini berkonsentrasi pada evaluasi dampak dari pengertian tentang peraturan pajak, tingkat pajak, hukuman pajak serta kesadaran para wajib pajak terhadap tingkat kepatuhan mereka yang menjalankan bisnis e-commerce di Kota Bekasi. Hasil yang didapat dari studi ini memiliki ekspektasi guna memajukan pengetahuan mengenai sejumlah isu yang relevan dengan akuntansi, perpajakan serta mendukung pengambilan kebijakan perpajakan yang lebih tepat pada era ekonomi digital.

Tinjauan Pustaka

Attribution Theory

Teori atribusi mengemukakan bahwa tindakan yang dilakukan oleh individu tidak bisa dipisahkan dari dampak faktor dari dalam maupun dari luar yang memengaruhi cara pandangnya terhadap diri sendiri maupun orang lain (Avianti et al., 2024). Teori atribusi diperkenalkan oleh Fritz Heider melalui karya *The Psychology of Interpersonal Relations* pada tahun 1958 dan selanjutnya memperoleh pengembangan konseptual dari Harold Kelley pada tahun 1972 (Siregar, 2024). Atribusi sendiri ialah teori kecenderungan individu dalam mengidentifikasi alasan di balik suatu tindakan. Penilaian tersebut dilakukan dengan melihat apakah perilaku itu muncul karena faktor pribadi atau karena pengaruh lingkungan di sekitarnya.

Faktor internal mencakup karakteristik individu seperti kepribadian, kesadaran, dan motivasi, sedangkan faktor eksternal berasal dari pengaruh lingkungan berupa kebijakan pemerintah, sanksi, dan tekanan sosial (Maretaniandini et al., 2023). Teori atribusi digunakan untuk memahami aspek yang memengaruhi tindakan taat pajak ketika menjalankan wajibnya pajak mereka. Pengetahuan tentang regulasi perpajakan dan kesadaran seorang wajib pajak termasuk salah satu aspek dari dalam diri individu, sementara tarif pajak dan sanksi perpajakan termasuk faktor eksternal karena ditetapkan oleh otoritas perpajakan dan dapat memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak (Romadhon & Diamastuti, 2020).

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action yang dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985. Menurut Ajzen (1991), menyatakan bahwa suatu tindakan biasanya dilakukan ketika seseorang memiliki kemauan untuk bertindak. Keinginan tersebut dipengaruhi oleh tiga elemen kunci, yaitu pandangan terhadap tindakan, norma pribadi, serta pemahaman kontrol atas tindakan. Kepatuhan wajib pajak tidak terlepas dari kemauan individu untuk menjalankan kewajiban perpajakan. Wajib pajak yang memiliki niat kuat untuk memenuhi kewajibannya cenderung menunjukkan tingkat kepatuhan yang lebih tinggi (Amytha et al., 2023).

Sikap terhadap perilaku berkaitan dengan cara individu menilai kemungkinan manfaat maupun dampak dari suatu tindakan, sehingga dapat menciptakan penilaian yang baik atau buruk terhadap tindakan tertentu (Karwur et al., 2020). sikap wajib pajak dibentuk oleh pemahaman, pengalaman, dan informasi terkait pelaksanaan peraturan perpajakan, yang kemudian memengaruhi niat untuk patuh atau tidak patuh (Maharriyyan & Oktaviani, 2021). Norma subjektif menekankan bahwa tindakan para wajib pajak dalam memenuhi tanggung jawab perpajakan dapat dipengaruhi oleh faktor sosial, termasuk dari keluarga, rekan, dan tempat kerja. Persepsi mengenai pengendalian tindakan dengan keyakinan wajib pajak mengenai kemampuan yang dimiliki untuk melaksanakan kewajiban perpajakan. Kapasitas tersebut mencakup pengetahuan, ketersediaan waktu, serta akses yang memadai untuk meningkatkan perilaku kepatuhan (Anugrah & Fitriandi, 2022).

Pemahaman Peraturan Pajak

Pemahaman tentang peraturan pajak memperlihatkan sampai kapan pembayar pajak dapat memahami dan mengimplementasikan regulasi perpajakan yang ada dengan benar (Zakia & Siddiq, 2022). Pajak berperan sebagai sumber dana yang sangat penting bagi pemerintah dalam melaksanakan berbagai kegiatan pembangunan, serta memiliki fungsi dalam anggaran, pengaturan, stabilitas, dan redistribusi pendapatan (Pietersz et al., 2021). Pemahaman mengenai pajak juga melingkupi kemampuan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban seperti membayar pajak dan melaporkan SPT sesuai peraturan yang berlaku (Pratama & Nurhayati, 2022; Setyarini & Triono, 2021).

Tarif Pajak

Presentase pajak adalah rasio atau tarif yang diterapkan untuk menentukan jumlah pajak yang harus dibayarkan atas suatu objek pajak. Jenis pengenaan pajak termasuk pengenaan yang proporsional, tetap, progresif, dan regresif, yang digunakan sesuai dengan kategori pajak yang diberlakukan (Jalil et al., 2024). Dalam sistem perpajakan di Indonesia, Pajak Upah diatur oleh UU No. 36 Tahun 2008 dengan penggunaan tarif progresif, dan kemudian diperbaharui melalui UU Nomor 7 Tahun 2021 mengenai Harmonisasi Peraturan Perpajakan guna peningkatan efektivitas sistem perpajakan agar lebih mudah diterapkan dan mencerminkan prinsip keadilan (Saragih et al., 2023; Sastrawan & Wahyoni, 2021)

Sanksi Pajak

Sanksi perpajakan diberlakukan guna memacu para wajib pajak agar mengikuti peraturan yang ada. Jenis sanksi yang diberikan bisa dari hukuman administratif atau akibat hukum. hukuman administratif bisa berupa denda, bunga, atau peningkatan tertentu, sedangkan sanksi hukum dikenakan kepada individu pelanggar yang menyebabkan kerugian bagi negara (Mustofa & Supryadi, 2020).

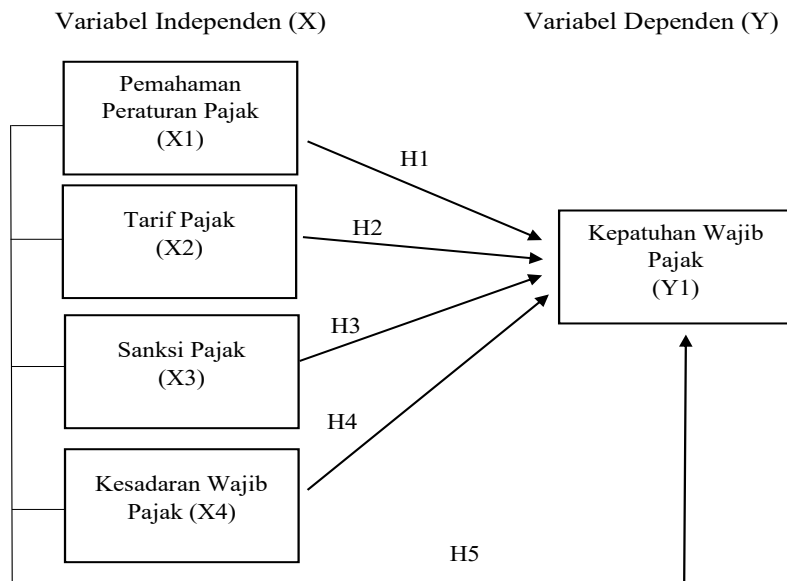
Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran peserta pajak menunjukkan bagaimana sikap mereka dalam menginsafi dan melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai pada waktunya tanpa menunda yang bisa merugikan negara (Septianingrum et al., 2022). Tingkat kesadaran yang rendah sering kali dipengaruhi oleh kurang optimalnya edukasi dan sosialisasi perpajakan yang diberikan oleh pemerintah (Fauzi et al., 2024). Selain itu, kesadaran pajak juga mencerminkan tanggung jawab moral wajib pajak dapat andil pada Pembangunan negara dari pembayaran pajak yang dilakukan dengan sukarela (Sulistiyowati et al., 2021).

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak mencerminkan kemampuan wajib pajak dalam melaksanakan seluruh kewajiban pajaknya selaras dengan hukum yang di undangkan, baik yang bersifat formal maupun material (Oktaviana & Urumsah, 2023). Kepatuhan tersebut mencerminkan adanya tanggung jawab serta kesadaran pada penerapan kewajiban perpajakan dengan benar (Gunarso et al., 2024). Tingkat kepatuhan juga menjadi dasar yang digunakan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk melakukan pengawasan serta pembaharuan terkait pembayaran pajak. Kepatuhan formal berkaitan dengan pemenuhan kewajiban pelaporan SPT, dibanding kepatuhan material yang berfokus pada ketepatan perhitungan dan pembayaran pajak (Amaya et al., 2024).

Beberapa studi terdahulu memperlihatkan ketidaksamaan temuan terkait pemicu yang berkaitan dengan kepatuhan wajib pajak. Pada 4ocus4le pengertian peraturan pajak, penelitian Zaen et al. (2024) dan Amelia & Angiza (2022) menunjukkan adanya Dampak yang besar terhadap kepatuhan para pembayar pajak, namun Aska & Umaimah (2022) memperoleh temuan yang tidak signifikan. Pada 4ocus4le tarif pajak, Amelia & Angiza (2022) dan Sari et al. (2023) menunjukkan adanya pengaruh signifikan, namun Karima (2024) mendapatkan hasil yang berbeda. Selain itu, terkait 4ocus4le sanksi pajak, studi yang dikerjakan oleh Simatupang et al. (2023) dan Karima (2024) memperlihatkan dampak yang substansial, sementara Puteri & Lestari (2023) memperlihatkan terkait konsekuensi pajak tidak punya secara substansial terkait kepatuhan pajaknya. Ketidakkonsistenan hasil juga terdeteksi pada variabel kesadaran wajib pajak, di mana Zaen et al. (2024) dan Puteri & Lestari (2023) memperlihatkan pengaruh signifikan, sedangkan Hama (2021) menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hasil penelitian terdahulu yang beragam menjadi alasan dilakukannya penelitian lebih lanjut dengan fokus pada pelaku usaha e-commerce di Kota Bekasi.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1: Pemahaman peraturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce

Pemahaman terhadap aturan pajak dapat memengaruhi cara wajib pajak mengambil keputusan terkait pemenuhan kewajiban pajaknya. Kemudian selaras dengan Theory of Planned Behavior dengan menggambarkan yakni tindakan seseorang didasari pada kepercayaan mengenai resiko terkait cara yang ditempuh. Terkait hal tersebut, semakin tinggi pemahaman wajib pajaknya mengenai regulasi yang ada, semakin besar kemungkinan untuk berperilaku sesuai dengan kewajiban mereka. (Permata & Zahroh, 2022). Hasil tersebut juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu, di antaranya Zaen et al. (2024), Mawaddah et al. (2023), Amelia & Angiza (2022), Hama (2021), Zulma (2020).

H2: Tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce

Kecenderung lebih mudah menjalankan kewajiban pajaknya ketika tarif yang dikenakan dianggap sesuai dengan kondisi ekonominya. Sebaliknya, tarif yang dinilai terlalu tinggi dapat mengurangi keinginan untuk memenuhi kewajiban tersebut. Terlihat dari besaran tarif menjadikan suatu refleksi dalam pelaksanaan kewajiban pajak (Mawaddah et al., 2023). Studi yang dilaksanakan oleh Sari et al. (2023), Sinaga et al. (2023), dan Mawaddah et al. (2023) turut memperkuat adanya dampak tarif pajak pada tingkat kepatuhan para wajib pajak.

H3: Sanksi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce

Sanksi pajak digunakan untuk mengingatkan wajib pajak harus terus mengikuti ketentuan perpajakan yang ada. Adanya akibat dari pelanggaran yang terjadi tercipta wajib pajak cenderung mawas diri dan berusaha guna memenuhi kewajiban pajak dengan benar (Amaya et al., 2024). Studi yang dikerjakan oleh Zaen et al. (2024), Simatupang et al. (2023), serta Elfanso & Monica (2023) juga menerapkan membuktikan yakni penerapan hukuman dapat meningkatkan kepatuhan dari wajib pajak.

H4: Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce

Wajibnya pajak yang memiliki sadar akan menjalankan kewajiban perpajakannya atas kemauan sendiri, bukan karena adanya tekanan atau paksaan. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran wajib pajak dapat mendorong meningkatnya kepatuhan perpajakan (Ristanti et al., 2022). Studi sebelumnya yang dilakukan oleh Puteri & Lestari (2023), Zakia & Siddiq (2022), dan Hama (2021). Yakni dengan sadar yang tinggi bisa terpacunya para wajib pajak guna lebih patuh dalam melaksanakan kewajiban pajak mereka.

H5: Pemahaman pajak, tarif pajak, sanksi pajak dan kesadaran wajib pajak secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce

Tindakan pembayar pajak dalam memenuhi tanggung jawabnya dipengaruhi oleh berbagai keadaan yang saling berkaitan (Sinaga et al., 2023). Berbagai aspek yang berhubungan dengan pemahaman perpajakan, kebijakan perpajakan, serta kesadaran individu dapat memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Puteri & Lestari (2023), Amelia & Angiza (2022), dan Zulma (2020) juga mendukung adanya pengaruh faktor-faktor tersebut secara simultan.

Metode Penelitian

Studi ini memanfaatkan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal untuk meneliti dampak variabel independen terkait variabel terbatas. berdasarkan data numerik dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode kuantitatif dipilih karena tujuan guna menguji hipotesis yang telah disusun berdasarkan teori yang relevan ialah metode yang dipakai di studi ini. Adanya kuesioner yang disebarkan pada responden baik secara langsung maupun secara daring yakni guna mengumpulkan data. Setiap jawaban dinilai menggunakan skala Likert yang berkisar antara 1 hingga 5 (Sugiyono, 2023).

Populasi yang diteliti terdiri dari wajib pajak yang menjalankan usaha e-commerce di Kota Bekasi. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling karena jumlah populasi tidak dapat dipastikan secara akurat (Sugiyono, 2023). Kriteria responden dalam Studi tersebut ialah pebisnis e-commerce yang berdomisili di Kota Bekasi, masih aktif menjalankan usahanya, serta memiliki atau belum memiliki NPWP. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel dengan merujuk pada aturan Roscoe yang menyatakan ukuran sampel penelitian multivariat berada pada kisaran 30 hingga 500 responden (Saunders et al., 2023).

Instrumen penelitian ini mengacu pada indikator variabel dari penelitian terdahulu, yaitu:

1. Pemahaman peraturan pajak menurut Wilestari & Ramadhani (2020) sebagai berikut:
 - a. Memiliki pengetahuan tentang aturan universal dan tata cara dalam perpajakan,
 - b. Menguasai aturan perpajakan yang berlaku di Indonesia,
 - c. Mengetahui peran dan peran perpajakan, dan
 - d. Memahami cara pengajuan keberatan dalam perpajakan.
2. Pemahaman Permata & Zahroh (2022) sanksi pajak ialah berikut:
 - a. Kesesuaian penerapan tarif pajak 0,5% berdasarkan omzet usaha,
 - b. Wajib pajak lebih memilih tarif PPh Final 0,5% dibanding tarif sebelumnya, dan
 - c. Persepsi mengenai keadilan atas tarif PPh 0,5% dari omzet.
3. Sanksi pajak menurut Hantono & Sianturi (2022) sebagai berikut:
 - a. Telatnya pelaporan dan pembayaran pajak dikenakan sanksi,
 - b. Penerapan sanksi pajak sudah berjalan,
 - c. Sanksi berperan meningkatkan kepatuhan wajib pajak, dan
 - d. Penghapusan sanksi dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak.
4. Kesadaran wajib pajak menurut Permana & Susilowati (2021) sebagai berikut:
 - a. Pajak termasuk sumber utama pemasukan negara,
 - b. Pajak dipakai guna membiayai pembangunan negara,
 - c. Kerugian negara dikarenakan menunda membayar pajak, dan
 - d. Kerugian negara disebabkan karena ketidaksesuaian jumlah pajak yang dibayarkan.
5. Kepatuhan wajib pajak menurut Ristanti et al. (2022) sebagai berikut:
 - a. Kepatuhan pendaftaran,
 - b. Kepatuhan pembayaran pajak,
 - c. Pelaporan kepatuhan wajib pajak, dan
 - d. Kepatuhan dan ketepatan perhitungan pajak yang terutang.

Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji menggunakan Ujian validitas dan reliabilitas dilakukan guna mengonfirmasi bahwa data yang diperoleh adalah tepat dan stabil. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 25 dengan menerapkan statistik deskriptif, pengujian kualitas data, pengujian asumsi klasik, serta regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilengkapi dengan uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R^2) untuk menilai dampak variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018).

Hasil dan Pembahasan

Analisis Persepsi Responden

Tabel 2. Persepsi Responden

Variabel	Jumlah Skor Rata-Rata	Kategori
Pemahaman Peraturan Pajak	4,20	Setuju
Tarif Pajak	4,00	Setuju
Sanksi Pajak	4,19	Setuju
Kesadaran Wajib Pajak	4,34	Sangat Setuju
Kepatuhan Wajib Pajak	4,29	Sangat Setuju

Terlihat di Tabel 2, analisis deskriptif menunjukkan bahwa pandangan responden tentang variabel wawasan terkait sanksi pajak, peraturan pajak, serta tarif pajak termasuk dalam kategori setuju. Di sisi lain, kepatuhan serta kesadaran wajib pajak berada dalam kategori sangat setuju.

Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Item	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
Pemahaman Peraturan Pajak	X1.1	0,653	0,1966	Valid
	X1.2	0,612	0,1966	Valid
	X1.3	0,675	0,1966	Valid
	X1.4	0,623	0,1966	Valid
	X1.5	0,628	0,1966	Valid
Tarif Pajak	X2.1	0,591	0,1966	Valid
	X2.2	0,602	0,1966	Valid
	X2.3	0,608	0,1966	Valid
	X2.4	0,705	0,1966	Valid
	X2.5	0,782	0,1966	Valid
Sanksi Pajak	X3.1	0,626	0,1966	Valid
	X3.2	0,624	0,1966	Valid
	X3.3	0,700	0,1966	Valid
	X3.4	0,581	0,1966	Valid
	X3.5	0,646	0,1966	Valid
Kesadaran Wajib Pajak	X4.1	0,610	0,1966	Valid
	X4.2	0,687	0,1966	Valid
	X4.3	0,622	0,1966	Valid
	X4.4	0,660	0,1966	Valid
	X4.5	0,683	0,1966	Valid
Kepatuhan wajib Pajak	Y.1	0,750	0,1966	Valid
	Y.2	0,670	0,1966	Valid
	Y.3	0,631	0,1966	Valid
	Y.4	0,598	0,1966	Valid
	Y.5	0,582	0,1966	Valid

Sebagaimana pada Tabel 3, hasil pengujian validitas setiap butir pernyataan mengenai variabel pemahaman mengenai regulasi pajak, besaran pajak, hukuman pajak, tingkat kesadaran pembayar pajak, serta kepatuhan pajak menunjukkan nilai r hitung $> r$ tabel, maka seluruh indikator pada penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pemahaman Wajib Pajak	0,633	Reliabel
Tarif Pajak	0,678	Reliabel
Sanksi Pajak	0,626	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak	0,662	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak	0,651	Reliabel

Pada Tabel 4, hasil dari pengujian keandalan semua variabel penelitian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Dengan demikian, sehingga bisa dibuat simpulan yakni seluruh alat ukur pada penelitian ini dianggap dapat diandalkan dan konsisten guna dimanfaatkan dalam analisis selanjutnya.

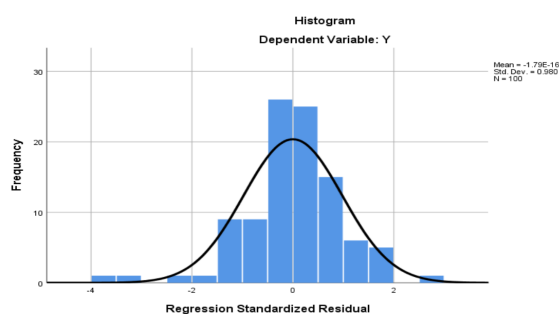
Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

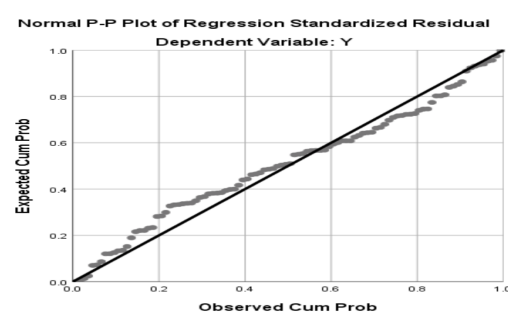
Tabel 5. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,68321215
Most Extreme Differences	Absolute	,104
	Positive	,079
	Negative	-,104
Test Statistic		,104
Asymp. Sig. (2-tailed)		,010 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,219 ^d
99% Confidence Interval Lower Bound		,208

Berdasarkan Tabel 5, uji normalitas memanfaatkan uji Kolmogorov-Smirnov dengan pendekatan Monte Carlo pada tingkat confidence level sebesar 99% menghasilkan nilai signifikan $0,219 > 0,05$ menjadikan data bisa terdistribusi menjadi normal. Kondisi tersebut juga terlihat dari histogram yang membentuk pola normal serta Normal P-P Plot yang memperlihatkan penyebaran titik pada sekitaran garis diagonal.



Gambar 2. Grafik Histogram



Gambar 3. Normal P-P plot

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pemahaman Peraturan Pajak	0,544	1,838	Tidak terjadi multikolinearitas
Tarif Pajak	0,548	1,825	Tidak terjadi multikolinearitas
Sanksi Pajak	0,472	2,120	Tidak terjadi multikolinearitas
Kesadaran Wajib Pajak	0,720	1,389	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 6, uji multikolinieritas memperlihatkan terkait seluruh variabel independen dalam studi tersebut memiliki nilai Tolerance > 0,10 serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10. Hasil tersebut membuktikan dengan tidak terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen pada model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Pemahaman Peraturan Pajak	0,475	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Tarif Pajak	0,065	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Sanksi Pajak	0,979	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kesadaran Wajib Pajak	0,430	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 7, uji heteroskedastisitas memperlihatkan terkait seluruh variabel independen menguasai nilai signifikansi > 0,05. Temuan ini menunjukkan yakni model regresi tak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga varians residual pada setiap pengamatan bersifat konstan.

Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Keterangan
(Constant)	6,259	
Pemahaman Peraturan Pajak	0,197	X1 Positif
Tarif Pajak	0,269	X2 Positif
Sanksi Pajak	0,003	X3 Positif
Kesadaran Wajib Pajak	0,258	X4 Positif

Berdasarkan Tabel 8, analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,259 + 0,197X_1 + 0,269X_2 + 0,003X_3 + 0,258X_4 + \varepsilon$$

Berdasarkan model persamaan regresi, seluruh variabel penelitian memiliki koefisien positif yang memperlihatkan adanya korelasi positif dengan kepatuhan wajib pajak. Terkait ini mengindikasikan bahwa peningkatan pada variabel independen cenderung diikuti oleh meningkatnya kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce di Kota Bekasi.

Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Tabel 9. Signifikan Parsial (Uji T)

Model	T	Sig	Keterangan
(Constant)	3,509	0,001	
Pemahaman Peraturan Pajak	2,068	0,041	H1 Diterima

Tarif Pajak	3,389	0,001	H2 Diterima
Sanksi Pajak	0,037	0,971	H3 Ditolak
Kesadaran Wajib Pajak	3,145	0,002	H4 Diterima

Berdasarkan Tabel 9, Hasil dari pengujian signifikan parsial (uji T) mengindikasikan yakni variabel pengertian tentang peraturan pajak, tingkat pajak, dan kesadaran dari wajib pajak menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05, yang berarti memiliki dampak positif dan signifikan terhadap ketaatan pajak. Pada lain sisi, variabel sanksi pajak menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap ketaatan dari wajib pajak.

b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Uji Simultan (Uji F)

Model	Df	F	Sig.	Keterangan
Regression	4	19,836	0,000	Ha Diterima
Residual	95			
Total	99			

Berdasarkan Tabel 10, hasil uji simultan (uji F) membuktikan nilai F yaitu 19,836 dengan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Kondisi tersebut membuktikan yakni variabel independen secara simultan berpengaruh mendasar terhadap kepatuhan wajib pajak.

c. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi

Model	Adjusted R Square
1	0,432

Berdasarkan Tabel 11, hasil uji koefisien determinasi menghasilkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,432. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel penelitian mampu menjelaskan variasi kepatuhan wajib pajak yaitu 43,2% sedangkan 56,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Pembahasan

1. Pemahaman peraturan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce

Temuan dari studi memperlihatkan yakni variabel pemahaman tentang peraturan pajak mempunyai nilai t hitung yaitu 2,068 dengan tingkat signifikansi $0,041 < 0,05$, sehingga hipotesis alternatif diterima. Pemahaman mengenai peraturan pajak terbukti memberikan manfaat terkait kepatuhan pajak bagi pelaku usaha e-commerce. Saat para wajib pajak mempunyai pemahaman yang lebih mendalam tentang peraturan perpajakan, tingkat kepatuhan mereka dalam melaksanakan kewajiban perpajakan cenderung meningkat.

2. Tarif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce

Temuan dari pengujian memperlihatkan bahwa variabel tarif pajak mendapatkan nilai t statistik sebesar 3,389 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, maka H2 diterima. Tarif pajak memberikan manfaat dan substansi terkait kepatuhan para wajib pajak yang terlibat dalam e-commerce. Tarif yang dinilai adil dan sesuai dengan kapasitas wajib pajak dapat meningkatkan kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

3. Sanksi pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce

Temuan dari pengujian memperlihatkan bahwa variabel tarif pajak mendapatkan nilai t statistik yaitu 3,389 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga H2 diterima. Tarif pajak bermanfaat serta substansial terkait kepatuhan para wajib pajak yang terlibat dalam e-commerce. Tarif yang dinilai adil dan sesuai dengan kapasitas wajib pajak dapat meningkatkan kepatuhan guna memenuhi kewajiban perpajakan.

4. Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce

Temuan yang membuktikan yakni variabel kesadaran para wajib pajak memperoleh nilai t hitung mencapai 3,145 dengan tingkat signifikan $0,002 < 0,05$, sehingga H4 diterima. Kesadaran wajib pajak terbukti bermanfaat terkait sejauh mana kepatuhan dari wajib pajak yang terlibat dalam e-commerce. Ketika para wajib pajak menyadari betapa bermaknanya pajak bagi kemajuan negara, yakni melalui tingkat kepatuhan dalam menerapkan kewajiban perpajakan juga cenderung meningkat.

5. Pemahaman peraturan pajak, tarif pajak, sanksi pajak, dan kesadaran wajib pajak secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pelaku usaha e-commerce

Temuan pengujian membuktikan yakni variabel penelitian memperoleh nilai F yang diperoleh adalah 19,836 yakni melalui signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H5 diterima. Semua variabel yang diteliti secara bersamaan terbukti dominan terkait kepatuhan wajib pajak yang terlibat dalam usaha e-commerce. Berdasarkan kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh banyak faktor yang saling berhubungan, bukan hanya satu aspek, dalam mendorong pelaksanaan kewajiban perpajakan.

Kesimpulan

Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan studi perpajakan, terutama yang berhubungan dengan faktor-faktor yang memengaruhi sikap kepatuhan pelaku usaha e-commerce. Temuan studi memperlihatkan yakni pengetahuan mengenai aturan pajak, besaran jumlah pajak, serta kesadaran para wajib pajak berpengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sementara sanksi pajak tidak menunjukkan dampak yang berarti. Secara keseluruhan, semua variabel independen menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan tersebut memperlihatkan yakni kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh faktor-faktor baik yang berasal dari dalam diri mereka maupun dari luar yang berkaitan dengan pelaksanaan kewajiban perpajakan.

Temuan dari penelitian ini dapat diterapkan secara praktis oleh pemerintah dan otoritas perpajakan sebagai acuan dalam upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui pendidikan perpajakan, peningkatan kesadaran terkait kewajiban pajak, serta penerapan kebijakan tarif pajak yang tepat untuk pelaku usaha e-commerce.

Meskipun sanksi pajak tidak terbukti berpengaruh signifikan, penerapannya tetap diperlukan sebagai bentuk penegakan hukum dan pengawasan perpajakan.

Terdapat keterbatasan karena responden hanya berasal dari pelaku usaha e-commerce yang berdomisili di Kota Bekasi, yang akhirnya temuan yang diperoleh belum tentu dapat mewakili kondisi pebisnis e-commerce di wilayah lain. Cakupan penelitian juga hanya pada pelaku usaha yang menjalankan bisnis berbasis e-commerce dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didasarkan pada persepsi responden. Studi yang akan datang diharapkan mampu mencakup area penelitian lebih, melibatkan para pelaku dari berbagai sektor industri, serta memanfaatkan teknik pengumpulan data yang lebih beragam berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mendapatkan hasil yang lebih lengkap dan mewakili.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amaya, N., Kusuma, I. L., & Rukmini. (2024). Pengaruh Sosialisasi Kesadaran Pajak, Ketegasan Sanksi Pajak, Dan Pemahaman Tarif Pajak Pelaku E-Commerce Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Karesidenan Surakarta). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*.
- Amelia, Y., & Angiza, V. P. M. (2022). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Seller Online Shopping. In *JURNAL STUDIA EKONOMIKA Journal of Accounting* (Vol. 20).
- Amytha, D. A. F., Zakiyya, N. K., SR, L. A., Burhanuddin, Permatasari, I., & Utomo, R. B. (2023). Upaya Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak di Daerah Istimewa Yogyakarta (Efitra, Ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Anugrah, M. S. S., & Fitriandi, P. (2022). Analisis Kepatuhan Pajak Berdasarkan Theory Of Planned Behavior.
- Aska, A. F. N. S., & Umaimah. (2022). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Moral Pajak, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Journal of Culture Accounting and Auditing*, 1(1), 14–26.
- Avianti, W., Muslimin, C. J., Kusumoningtyas, A. A., Muniroh, Junaedy, E., Tinia, A. G., Mulyati, C., Winasih, I., Suryaningsih, Safaria, S., Zairil, Jamhur, J. M., Alirejo, M. S., & Suhendi, D. (2024). Pengembangan Organisasi. Pradina Pustaka.
- Elfanso, E., & Monica, L. (2023). Analisis Dampak Transaksi E-Commerce Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(1), 841–850.
- Fauzi, Hasnarika, Fadila, A. N., & Afriyandi. (2024). Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak Dan Perilaku Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Perpajakan E-Commerce. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.).
- Gunarso, P., Dewi, A. R., & Maheswari, V. N. (2024). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pelaku Usaha Online. *Jurnal GeoEkonomi*, 15(2), 251–263.
- Hama, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Pajak, dan Penyuluhan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Transaksi E-Commerce di Surabaya. *ASCARYA*, 1(2).
- Hantono, & Sianturi, R. F. (2022). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Pada UMKM Kota Medan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 747–758.
- Jalil, F. Y., Azhar, I., Annas, M., Abdul, G., & Tarmizi, R. (2024). Dasar-Dasar Perpajakan. Sada Kurnia Pustaka.
- Karima, I. A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kualitas Pelayanan Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2, 476–489.
- Karwur, J. M., Sondakh, J. J., & Kalangi, L. (2020). Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Dan Kepercayaan Pada Pemerintah Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Niat Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada KPP Pratama Manado). In *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing "GOODWILL"* (Vol. 11, Number 2).
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2026). Direktorat Jenderal Strategi Ekonomi dan Fiskal - KMK Tarif Bunga. <https://fiskal.kemenkeu.go.id/informasi-publik/kmk-tarif-bunga>
- Maharriyfan, M., & Oktaviani, R. M. (2021). Kajian Perilaku Pajak UMKM Dari Perspektif Theory Of Planned Behavior. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(2).

- Maretaniandini, S. T., Wicaksana, R., Tsabita, Z. A., & Firmansyah, A. (2023). Potensi Kepatuhan Pajak UMKM Setelah Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai: Sebuah Pendekatan Teori Atribusi. *Educoretax*.
- Mawaddah, I., Zirman, & Abdurrahman, R. (2023). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pelaku E-Commerce (Studi Pada Pelaku Usaha UMKM yang Menggunakan Layanan E-Commerce di Kota Pekanbaru). *Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan*.
- Mustofa, S., & Supryadi, A. (2020). Mengenal Hukum Pajak Dan Hukum Acara Pajak Di Indonesia (Panduan Hukum Menghadapi Pajak dan Sengke). *GUEPEDIA*.
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9.
- Oktaviana, I., & Urumsah, D. (2023). Determinan Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan WP Pelaku E-Commerce Pada Platform Online Marketplace. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 5, 1–9.
- Permana, F. T., & Susilowati, E. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening Pada KPP Pratama Surabaya Karang Pilang. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 12(03).
- Permata, M. I., & Zahroh, F. (2022). Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4, 2022.
- Pietersz, J. J., Picauly, B. C., Widaryanti, Katili, A. Y., & Ririhena, M. Y. (2021). *Perpajakan Teori dan Praktik*. Widina.
- Pratama, A. W., & Nurhayati, P. (2022). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kualitas Layanan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*.
- Puteri, M. A., & Lestari, T. U. (2023). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Pajak Dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Pengguna E-Commerce Dalam Melengkapi Kewajiban Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Pemilik Bisnis Online pada Marketplace Shopee di Kota Bandung) (Vol. 10, Number 2).
- Putra, A. F. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak UMKM: Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, dan Modernisasi Sistem. *JRAP (Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan)*, 7, 1–12.
- Ristanti, F., Khasanah, U., & Kuntadi, C. (2022). Literature Review Pengaruh Penerapan Pajak UMKM, Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2).
- Romadhon, F., & Diamastuti, E. (2020). Kepatuhan Pajak: Sebuah Analisis Teoritis Berdasarkan Perspektif Teori Atribusi. *Jurnal Ilmiah ESAI*, 14(1), 17–35.
- Saragih, D. Y., Karunia, R. L., & Widjayanti, A. (2023). Formulasi Kebijakan Perpajakan Atas Penghasilan Yang Diperoleh Dari Cashback Pada Transaksi E-Commerce.
- Sari, D. R. K., Wahidhani, E. H., & Hadi, W. (2023). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Studi Kasus pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 11, 331–340.
- Sastrawan, G., & Wahyoni, I. A. P. I. (2021). Pengenaan Pajak Penghasilan di Indonesia (Pasal 21 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan). *Jurnal Locus Delicti*.
- Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). *Research Methods for Business Students Ninth Edition*. Pearson.
- Septianingrum, S., Diana, N., & Afifudin. (2022). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Pajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku E-Commerce (Studi Kasus Pada Pengusaha Online Shopping di Kota Malang). *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*.
- Setyarini, Y., & Triono, D. (2021). Pemahaman Peraturan Perpajakan Pada Pelaku Bisnis E-Commerce di Indonesia (Study Preliminary). *E-Jurnal Kewirausahaan*, 4.

- Simatupang, M. W. B., Julito, K. A., & Putra, R. R. (2023). The Effect Of Tax Sanctions, Tax Knowledge, and Tax Services On Taxpayer Compliance In E-Commerce Businesses With Taxpayer Awareness As A Moderating Variable. *Return: Study of Management, Economic and Business*.
- Sinaga, I., Nuridah, S., Sopian, Mulyani, S., & Fauzobihi. (2023). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Yang Melakukan Usaha dengan Sistem E-Commerce. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3, 1755–1770.
- Siregar, S. A. (2024). *Kumpulan Jurnal Terakreditasi Sinta (Akuntansi Pajak)*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyowati, M., Ferdian, T., & Girsang, R. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Yang Terdaftar Di SAMSAT Kabupaten Tebo).
- Widyanti, Y., Erlansyah, D., Butar, S. D. R. B., & Maulidya, Y. N. (2021). Pengaruh Tingkat Pemahaman, Sanksi Kesadaran Wajib Pajak, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *Journal Management, Business, and Accounting*.
- Wildan, M. (2025). DJP: Rasio Kepatuhan Wajib Pajak di 2024 Sebesar 85,75 Persen. <https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1808066/djp-rasio-kepatuhan-wajib-pajak-di-2024-sebesar-8575-persen>
- Wilestari, M., & Ramadhani, M. (2020). Pengaruh Pemahaman, Sanksi Perpajakan dan Tingkat Kepercayaan Pada Pemerintah Terhadap Kepatuhan Dalam Membayar PBB-P2. In *AKRUAL Jurnal Akuntansi dan Keuangan* (Vol. 2, Number 1).
- Yuliani, I. D., Suriyanti, L. H., & Azhari, I. P. (2023). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Teknologi Informasi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. In *Jurnal Ilmiah Akuntansi* (Vol. 7, Number 3).
- Zaen, B. N. I. Z., Diana, N., & Sari, A. F. K. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-Commerce dengan Preferensi Risiko Sebagai Variabel Moderasi. In *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* (Vol. 13, Number 01).
- Zakia, F. A., & Siddiq, F. R. (2022). Analisis Tingkat Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak Dan Pemungutan Pajak UMKM E-Commerce Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha UMKM E-Commerce Di Kota Kudus). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 7(2), 208–218.
- Zulma, G. W. M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Administrasi Pajak, Tarif Pajak dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Pada Pelaku Usaha UMKM di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 288–294.