

# PERAN MODERASI MOTIVASI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK GENERASI Z

Krisnawati Tarigan<sup>1</sup>, Marselia Angelia<sup>2</sup>  
Universitas Kristen Krida Wacana<sup>1,2</sup>

krisnawati.tarigan@ukrida.ac.id<sup>1</sup>, marselia.322021043@civitas.ukrida.ac.id<sup>2</sup>

## *Abstract*

*This research aims to analyze the influence of tax knowledge, tax socialization, tax awareness, and tax digitalization, as well as to examine the moderating role of tax motivation on the impact of these independent variables on tax compliance among generation Z. This research employing a quantitative method approach utilizes primary data collected through questionnaires. The data sample obtained was 211 respondents who are taxpayers from generation Z and domiciled in DKI Jakarta. Data analysis in this research involved validity test, reliability test, classical assumption testing, and hypothesis testing processed using IBM SPSS software version 25. The findings indicate that tax socialization has a negative influence on tax compliance among generation Z. Tax knowledge, tax awareness, and tax digitalization does not effect on tax compliance among generation Z. Tax motivation is able to moderate the relationship between tax socialization and tax compliance among generation Z. Tax motivation does not moderate the relationship between tax knowledge, tax awareness, and tax digitalization with the tax compliance of generation Z.*

**Keywords:** *Tax Compliance, Taxpayers, Generation Z, Tax Motivation*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi pajak, kesadaran perpajakan, dan digitalisasi perpajakan serta menganalisis peran motivasi pajak dalam memoderasi pengaruh variabel independen penelitian ini dan kepatuhan di kalangan generasi Z. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Sampel data yang diperoleh sebanyak 211 responden yang merupakan wajib pajak dari kalangan generasi Z dan berdomisili di DKI Jakarta. Analisis data dapat dilakukan melalui pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan hipotesis yang diolah menggunakan *software* IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh negatif terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z. Pengetahuan perpajakan, kesadaran perpajakan, dan digitalisasi perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z. Motivasi perpajakan mampu memoderasi hubungan sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan di kalangan generasi Z. Motivasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan pengetahuan perpajakan, kesadaran perpajakan, dan digitalisasi perpajakan dengan kepatuhan di kalangan generasi Z.

**Kata Kunci:** Kepatuhan Wajib Pajak, Wajib Pajak, Generasi Z, Motivasi Pajak

## **PENDAHULUAN**

Sebagai negara berkembang, Indonesia menerapkan pajak sebagai strategi utama dalam memperoleh sumber penerimaan negara guna mendukung pembangunan di

berbagai sektor (Aqmarina & Furqon, 2020). Penerimaan pajak tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti pembangunan infrastruktur, peningkatan layanan kesehatan, peningkatan kualitas

pendidikan, penyediaan fasilitas sarana dan prasarana, serta pengembangan program kesejahteraan sosial (Yunita et al., 2022). Pada tahun 2023, realisasi penerimaan pajak Indonesia tercatat sebesar Rp1.869,2 triliun. Realisasi tersebut menunjukkan keberhasilan pemerintah dalam mencapai target yang ditetapkan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) sebesar Rp1.718 triliun dan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 75 Tahun 2023 sebesar Rp1.818,2 triliun (Kemenkeu, 2024).

Meskipun penerimaan pajak tersebut mengalami peningkatan yang signifikan, hal ini perlu diimbangi juga dengan kepatuhan wajib pajak sebagai tanggung jawab yang harus dijalankan oleh wajib pajak dalam memenuhi kewajiban, seperti pelaporan dan pembayaran pajak sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku (Erica, 2021). Selain itu, tingkat kepatuhan wajib pajak di Indonesia pada tahun 2023 tercatat sebesar 88% (Pajak, 2023). Pada tahun 2024, Suryo Utomo selaku Direktur Jenderal Pajak Kementerian Keuangan Republik Indonesia mengungkapkan bahwa terdapat 17,1 juta dari 19,4 juta wajib pajak yang telah menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan. Hal ini menunjukkan terdapat sekitar 12% atau 2,3 juta wajib pajak yang masih belum memenuhi kewajiban.

Fenomena tersebut sering ditemui pada wajib pajak yang masih kurang berkontribusi dalam memenuhi kewajiban perpajakan, salah satunya di kalangan generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal memiliki salah satu karakteristik utama, yaitu menyukai hal-hal yang instan/praktis (Widyasari, 2021). Generasi Z juga merupakan bagian dari kelompok usia produktif, di mana sebagian besar dari mereka mulai memasuki dunia kerja dan memperoleh penghasilan. Dalam hal ini, pemerintah mengharapkan kontribusi dari wajib pajak generasi Z melalui pemenuhan kewajiban sebagai bentuk partisipasi dalam mendukung pembangunan negara (Sitohang

& Sitompul, 2023). Faktanya, banyak di antara mereka yang masih kurang peduli dan belum sepenuhnya untuk bertanggung jawab terhadap kewajibannya (Dewi & Supadmi, 2022).

Dalam penelitian ini, terdapat lima faktor yang ingin diteliti terkait pengaruh kepatuhan pajak di kalangan generasi Z. Faktor pertama adalah pengetahuan perpajakan yang mencakup informasi dasar yang dimiliki oleh wajib pajak mengenai sistem perpajakan (Zaikin et al., 2022). Pengetahuan ini sangat penting dimiliki oleh wajib pajak dengan tujuan untuk membantu mempermudah mereka dalam membuat keputusan terhadap kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi (Zahrani, 2019). Melalui pengetahuan pajak, wajib pajak generasi Z diharapkan dapat memahami secara lebih mendalam terhadap informasi perpajakan (Pajak, 2023).

Dalam meningkatkan pemahaman perpajakan, wajib pajak juga memerlukan sosialisasi yang rutin sebagai membantu wajib pajak dalam memenuhi kewajiban (Adawiyah et al., 2023). Sosialisasi pajak merupakan kegiatan yang diselenggarakan dalam memberikan pemahaman/informasi terkait perpajakan (Purba & Yusuf, 2022). Kegiatan sosialisasi ini sangat penting bagi wajib pajak generasi Z yang diharapkan dapat meningkatkan pemahaman perpajakan dengan didukung oleh berbagai sumber, seperti media massa, seminar atau webinar, dan platform digital untuk memudahkan mereka dalam mencari informasi mengenai perpajakan (Suartama & Wiratmaja, 2023).

Selain itu, wajib pajak juga diharapkan mampu membentuk niat dan keinginannya melalui tingkat kesadaran yang dimiliki untuk mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku (Jarwa et al., 2021). Kesadaran tersebut menjadi sangat penting dimiliki oleh wajib pajak agar dapat mendorong mereka untuk berkontribusi secara sukarela terhadap pemenuhan kewajiban perpajakan (Sri Padmawati & Wijaya, 2023). Saat ini,

tingkat kesadaran wajib pajak di Indonesia masih berada pada level yang relatif rendah. Rendahnya tingkat kesadaran tersebut disebabkan oleh sebagian besar dari mereka masih cenderung menganggap pajak sebagai hal yang kurang penting untuk diperhatikan (Indrati & Marceggiani, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah perlu mendorong niat mereka untuk lebih bertanggung jawab terhadap kewajibannya.

Dalam meningkatkan kewajiban perpajakan, pemerintah juga menerapkan digitalisasi yang bertujuan untuk meningkatkan fasilitas dan layanan dalam administrasi perpajakan. Digitalisasi pajak merupakan proses penerapan yang melibatkan teknologi dan sistem digital, salah satu contohnya seperti penerapan aplikasi DJP *Online* sebagai sarana untuk mempermudah wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya (Tambun et al., 2020). Dalam aplikasi DJP *Online*, terdapat layanan perpajakan seperti *e-Filing* yang digunakan sebagai pelaporan atau penyampaian pajak secara *online* (Nurdin, 2023) dan *e-Billing* yang digunakan sebagai pembayaran pajak secara *online* (Rokhman et al., 2023). Dalam hal ini, digitalisasi pajak diharapkan dapat memudahkan wajib pajak generasi Z dalam mengakses fasilitas dan layanan perpajakan guna memenuhi kewajiban perpajakannya.

Selain itu, wajib pajak juga memerlukan dorongan melalui motivasi yang diharapkan mampu memengaruhi perilaku mereka pada pemenuhan kewajiban perpajakan (Dewi & Supadmi, 2022). Motivasi tersebut dapat terbentuk melalui faktor internal, seperti pengetahuan dan kesadaran yang menjadi tanggung jawab wajib pajak pada kewajiban perpajakannya (Karnowati & Handayani, 2021) serta faktor eksternal yang meliputi dukungan sosial maupun pengaruh dari lingkungan sekitar (Peratama et al., 2023). Dalam hal ini, motivasi yang dimiliki oleh wajib pajak generasi Z diharapkan mampu mendorong perilaku mereka dalam menjalankan kewajibannya serta

berkontribusi terhadap peningkatan tingkat kepatuhan di kalangan generasi Z.

Penelitian ini mengacu pada temuan-temuan dari penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Widyasari (2021) serta Sitohang & Sitompul (2023) yang mengemukakan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z. Kemudian, hasil penelitian dari Widyasari (2021) juga mengemukakan bahwa kesadaran perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, kesadaran perpajakan, dan digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z di wilayah DKI Jakarta serta menganalisis pengaruh motivasi pajak dalam memoderasi hubungan antara variabel-variabel independen tersebut dengan kepatuhan di kalangan generasi Z di wilayah DKI Jakarta.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemerintah dalam merancang strategi penyampaian informasi perpajakan yang secara lebih efektif kepada wajib pajak generasi Z, sehingga informasi tersebut diharapkan dapat menjadi bekal pengetahuan yang bermanfaat dalam meningkatkan tingkat pemahaman serta kepatuhan di masa mendatang.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori Atribusi**

Menurut Weiner (2009), teori atribusi yang dikembangkan oleh Fritz Heider pada tahun 1958 menjelaskan bagaimana individu cenderung mencari tahu penyebab di balik suatu tindakan atau keputusan yang dipengaruhi oleh faktor internal (seperti sikap, motivasi, dan kemampuan) serta eksternal (seperti situasi dan lingkungan). Penelitian ini menggunakan teori atribusi

untuk mengkaji pengaruh pengetahuan perpajakan, sosialisasi pajak, kesadaran perpajakan, dan digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z dengan motivasi pajak yang diharapkan mampu memoderasi hubungan antara faktor-faktor independen tersebut dengan kepatuhan melalui interaksi antara faktor internal dan eksternal.

### **Kepatuhan Wajib Pajak**

Kepatuhan wajib pajak mencerminkan tanggung jawab wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan, khususnya melalui pelaporan dan pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan dan peraturan perpajakan yang berlaku (Erica, 2021). Kepatuhan tersebut menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana kontribusi dari wajib pajak dalam mendukung penerimaan negara serta pembangunan nasional yang berkelanjutan (Purwono et al., 2021).

### **Pengetahuan Perpajakan**

Pengetahuan perpajakan mencakup pemahaman yang diketahui oleh wajib pajak mengenai unsur-unsur dalam perpajakan, seperti jenis dan tarif pajak, sanksi bagi pelanggaran, serta fungsi dan prosedur perpajakan (Hamilah & Fricilia, 2023). Pengetahuan ini berperan penting dalam membantu wajib pajak dalam menentukan keputusan yang tepat terhadap kewajiban perpajakannya (Zahrani, 2019).

### **Sosialisasi Perpajakan**

Sosialisasi pajak merupakan kegiatan dalam memberikan informasi atau edukasi kepada wajib pajak terkait perpajakan (Purba & Yusuf, 2022). Sosialisasi pajak dapat diakses dengan mudah melalui media massa, seminar atau webinar, dan platform digital untuk memperoleh informasi terkait perpajakan (Suartama & Wiratmaja, 2023).

### **Kesadaran Perpajakan**

Kesadaran perpajakan merujuk pada kemampuan dan kemauan individu dalam memahami serta menaati peraturan perpajakan yang berlaku (Jarwa et al., 2021).

Kesadaran ini mencerminkan niat serta dorongan internal dari wajib pajak untuk menjalankan kewajiban perpajakannya dengan secara aktif dan bertanggung jawab.

### **Digitalisasi Perpajakan**

Digitalisasi pajak merupakan proses yang melibatkan teknologi dan sistem digital untuk meningkatkan fasilitas dan layanan administrasi perpajakan, sehingga dapat memberikan kemudahan bagi wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya (Tambun et al., 2020).

### **Motivasi Perpajakan**

Motivasi pajak merujuk pada dorongan yang memengaruhi wajib pajak untuk menjalankan kewajiban perpajakan secara lebih aktif dan penuh tanggung jawab (Dewi & Supadmi, 2022). Motivasi ini terbentuk melalui dua faktor, yakni internal dan eksternal (Safitri & Afiqoh, 2023).

### **Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Sejalan dengan teori atribusi, pengetahuan perpajakan dipandang sebagai faktor internal yang diharapkan dapat memengaruhi pemahaman serta perilaku wajib pajak terhadap kewajibannya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widyasari (2021) serta Sitohang & Sitompul (2023) mengemukakan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>1</sub>: Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z**

### **Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Sejalan dengan teori atribusi, sosialisasi pajak dipandang sebagai faktor eksternal yang diharapkan dapat memengaruhi pemahaman wajib pajak terhadap informasi perpajakan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adawiyah

et al. (2023), Purba & Yusuf (2022), serta Zaikin et al. (2023) mengemukakan bahwa sosialisasi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>2</sub>: Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z**

#### **Kesadaran Perpajakan terhadap Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Sejalan dengan teori atribusi, kesadaran perpajakan dipandang sebagai faktor internal yang diharapkan dapat memengaruhi niat dan keinginan wajib pajak terhadap kewajibannya. Penelitian yang dilakukan oleh Widyasari (2021) mengemukakan bahwa kesadaran perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>3</sub>: Kesadaran perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z**

#### **Digitalisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Sejalan dengan teori atribusi, digitalisasi perpajakan dipandang sebagai faktor eksternal yang diharapkan dapat memengaruhi perilaku wajib pajak dalam menerima serta mengadopsi teknologi di administrasi perpajakan. Penelitian yang dilakukan oleh Novita & Frederica (2023) serta Darajat & Sofianty (2023) mengemukakan bahwa digitalisasi perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>4</sub>: Digitalisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z**

#### **Moderasi Motivasi Perpajakan terhadap Hubungan antara Pengetahuan Perpajakan dengan Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Sejalan dengan teori atribusi, motivasi perpajakan dipandang sebagai penghubung antara faktor internal dan eksternal yang diharapkan mampu memoderasi hubungan antara pengetahuan perpajakan dengan kepatuhan di kalangan generasi Z. Penelitian yang dilakukan oleh Kusuma et al. (2021) mengemukakan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi perpajakan. Dalam konteks ini, pengetahuan perpajakan perlu didukung oleh motivasi yang kuat agar mampu mendorong kontribusi wajib pajak generasi Z dalam memenuhi kewajibannya, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepatuhan di kalangan generasi Z. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>5</sub>: Motivasi perpajakan mampu memoderasi pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z**

#### **Moderasi Motivasi Perpajakan terhadap Hubungan antara Sosialisasi Perpajakan dengan Tingkat Kepatuhan di kalangan Generasi Z**

Sejalan dengan teori atribusi, motivasi perpajakan dipandang sebagai penghubung antara faktor internal dan eksternal yang diharapkan mampu memoderasi hubungan antara sosialisasi perpajakan dan kepatuhan di kalangan generasi Z. Dalam konteks ini, efektivitas sosialisasi pajak perlu diperkuat melalui motivasi yang diberikan oleh pemerintah atau lembaga terkait guna mendorong wajib pajak dalam memahami yang lebih baik terhadap perpajakan. Dengan adanya motivasi yang kuat, diharapkan sosialisasi yang diselenggarakan dapat menghasilkan dampak yang positif serta mampu dalam meningkatkan kepatuhan di kalangan generasi Z. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>6</sub>: Motivasi perpajakan mampu memoderasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z**

## Moderasi Motivasi Perpajakan terhadap Hubungan antara Kesadaran Perpajakan dengan Tingkat Kepatuhan di Kalangan Generasi Z

Sejalan dengan teori atribusi, motivasi perpajakan berperan sebagai penghubung antara faktor internal dan eksternal yang diharapkan mampu memoderasi hubungan antara kesadaran perpajakan dan kepatuhan di kalangan generasi Z. Penelitian yang dilakukan oleh Kusuma et al. (2021) mengemukakan bahwa kesadaran perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi perpajakan. Dalam konteks ini, tingkat kesadaran terhadap wajib pajak perlu didorong oleh motivasi yang kuat agar mereka semakin terdorong untuk memenuhi kewajibannya, sehingga diharapkan mampu dapat meningkatkan kepatuhan di kalangan generasi Z. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>7</sub>: Motivasi pajak mampu memoderasi kesadaran perpajakan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z**

## Moderasi Motivasi Perpajakan terhadap Hubungan antara Digitalisasi Perpajakan dengan Tingkat Kepatuhan di Kalangan Generasi Z

Sejalan dengan teori atribusi, motivasi perpajakan berperan sebagai penghubung antara faktor internal dan eksternal yang diharapkan mampu memoderasi hubungan antara digitalisasi perpajakan dan kepatuhan di kalangan generasi Z. Dalam konteks ini, pemanfaatan teknologi dalam sistem perpajakan perlu disertai dengan motivasi yang kuat agar dapat mendorong wajib pajak generasi Z dalam melaksanakan kewajibannya, sehingga diharapkan mampu dapat meningkatkan kepatuhan di kalangan generasi Z. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>8</sub>: Motivasi pajak mampu memoderasi digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z**

## METODE PENELITIAN

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form*.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi dari generasi Z yang berdomisili di DKI Jakarta. Pemilihan sampel tersebut menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut: (1) Wajib pajak orang pribadi dari generasi Z yang berusia antara 20 hingga 27 tahun; (2) Berdomisili di wilayah DKI Jakarta; (3) Memiliki pekerjaan dan penghasilan; serta (4) Memiliki pemahaman terhadap penggunaan *DJP Online*.

### Model Penelitian

Model penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen dan moderasi, yaitu pengetahuan perpajakan, sosialisasi pajak, kesadaran perpajakan, digitalisasi perpajakan, dan motivasi pajak terhadap variabel dependen, yaitu kepatuhan wajib pajak generasi Z. Oleh karena itu, persamaan dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan menggunakan model analisis sebagai berikut:

$$\text{KWPGZ} = \beta + \beta_1\text{PP} + \beta_2\text{SP} + \beta_3\text{KSD} + \beta_4\text{DP} + \beta_5\text{MP} + \beta_{15}(\text{PP}*\text{MP}) + \beta_{25}(\text{SP}*\text{MP}) + \beta_{35}(\text{KSD}*\text{MP}) + \beta_{45}(\text{DP}*\text{MP}) + \varepsilon$$

Keterangan:

KWPGZ = Kepatuhan Pajak Generasi Z

$\beta$  = Konstanta

$\beta_1 - \beta_{45}$  = Koefisien Regresi

PP = Pengetahuan Perpajakan

SP = Sosialisasi Pajak

KSD = Kesadaran Wajib Pajak

DP = Digitalisasi Pajak

MP = Motivasi Pajak

- PP\*MP = Interaksi antara Pengetahuan Pajak dan Motivasi Pajak
- SP\*MP = Interaksi antara Sosialisasi Pajak dan Motivasi Pajak
- KSD\*MP = Interaksi antara Kesadaran Pajak dan Motivasi Pajak
- DP\*MP = Interaksi antara Digitalisasi Pajak dan Motivasi Pajak
- $\epsilon$  = Error

**Metode Analisis Data**

Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpulkan akan diolah dan dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistics* 25. Proses analisis data dilakukan melalui serangkaian uji statistik, yang mencakup uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengukur kualitas instrumen penelitian. Selanjutnya, dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Terakhir, dilakukan pengujian hipotesis melalui analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F (simultan), dan uji T (parsial).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Analisis Demografi Responden**

Demografi responden bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai karakteristik responden yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah penyebaran kuesioner secara daring yang ditujukan kepada responden generasi Z yang terdaftar sebagai wajib pajak di wilayah DKI Jakarta. Berikut ini adalah rekapitulasi tabel yang digunakan untuk proses pengolahan data:

**Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Pengisian Kuesioner**

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang diisi	211
Kuesioner yang tidak memenuhi kriteria	3
Kuesioner yang dapat digunakan	208

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

Tabel 1 menunjukkan bahwa data yang diperoleh sebanyak 211 responden wajib pajak dari kalangan generasi Z yang mengisi kuesioner. Dari total tersebut, terdapat 3 responden yang tidak memenuhi kriteria, sehingga hanya 208 responden yang dapat dianalisis. Mayoritas responden yang mengisi kuesioner penelitian ini adalah wajib pajak generasi Z berusia antara 20 hingga 25 tahun yang berdomisili di wilayah Jakarta Barat.

**Hasil Analisis Uji Validitas**

Pengujian validitas digunakan sebagai menilai keakuratan terhadap instrumen penelitian yang diteliti sesuai dengan data yang sebenarnya. Pengujian instrumen tersebut dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. R hitung merupakan nilai yang mencerminkan kualitas setiap pernyataan dalam kuesioner. Sedangkan, r tabel merupakan nilai acuan yang diperoleh dari tabel statistik dengan berdasarkan jumlah responden penelitian melalui perhitungan rumus *degree of freedom*, yaitu  $df = N - 2$ . Pernyataan dianggap valid apabila nilai r hitung > nilai r tabel. Begitupun juga, jika nilai r hitung < nilai r tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas pada setiap pernyataan yang dianalisis menggunakan SPSS:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Y (KWPGZ)**

KWPGZ	R Hitung	R Tabel	Keterangan
KWPGZ1	0,686	0,136	Valid
KWPGZ2	0,677	0,136	Valid
KWPGZ3	0,767	0,136	Valid
KWPGZ4	0,735	0,136	Valid
KWPGZ5	0,746	0,136	Valid

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas X<sub>1</sub> (PP)**

PP	R Hitung	R Tabel	Keterangan
PP1	0,695	0,136	Valid
PP2	0,798	0,136	Valid
PP3	0,790	0,136	Valid
PP4	0,674	0,136	Valid
PP5	0,789	0,136	Valid

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas X<sub>2</sub> (SP)**

SP	R Hitung	R Tabel	Keterangan
SP1	0,848	0,136	Valid
SP2	0,863	0,136	Valid
SP3	0,810	0,136	Valid
SP4	0,749	0,136	Valid

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas X<sub>3</sub> (KSD)**

KSD	R Hitung	R Tabel	Keterangan
KSD1	0,849	0,136	Valid
KSD2	0,687	0,136	Valid
KSD3	0,853	0,136	Valid

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

**Tabel 6. Hasil Uji Validitas X<sub>4</sub> (DP)**

DP	R Hitung	R Tabel	Keterangan
DP1	0,874	0,136	Valid
DP2	0,911	0,136	Valid
DP3	0,814	0,136	Valid

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

**Tabel 7. Hasil Uji Validitas Z (MP)**

MP	R Hitung	R Tabel	Keterangan
MP1	0,755	0,136	Valid
MP2	0,770	0,136	Valid
MP3	0,765	0,136	Valid
MP4	0,614	0,136	Valid

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan pada Tabel 2 hingga Tabel 7, nilai r tabel yang diperoleh penelitian ini sebesar 0,136 untuk  $df = 206$ . Hasil tersebut mengindikasikan bahwa seluruh pernyataan pada masing-masing variabel telah memenuhi kriteria validitas.

### Hasil Analisis Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen kuesioner dapat menghasilkan data yang konsisten dari waktu ke waktu dan antar responden. Pengujian uji reliabilitas dapat dilakukan melalui penggunaan uji *Cronbach's Alpha* sebagai pengukur konsistensi internal dalam

sebuah kuesioner. Kuesioner dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh melebihi dari angka 0,70. Namun, jika nilai di bawah angka tersebut menunjukkan bahwa instrumen tidak memenuhi kriteria reliabilitas. Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas pada setiap variabel yang telah dianalisis menggunakan SPSS:

**Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	0,70	Keterangan
KWPGZ	0,765	0,70	Reliabel
PP	0,788	0,70	Reliabel
SP	0,830	0,70	Reliabel
KSD	0,714	0,70	Reliabel
DP	0,835	0,70	Reliabel
MP	0,705	0,70	Reliabel

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas yang disajikan dalam Tabel 8 mengindikasikan bahwa setiap variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada setiap variabel dianggap reliabel.

### Hasil Analisis Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengevaluasi terhadap data yang diperoleh dapat memenuhi asumsi distribusi normal. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* atau melihat pendekatan grafik *Probability Plot* (P-Plot). Berikut ini adalah hasil uji normalitas dalam penelitian ini yang dianalisis menggunakan SPSS:

**Tabel 9. Hasil Uji Normalitas**

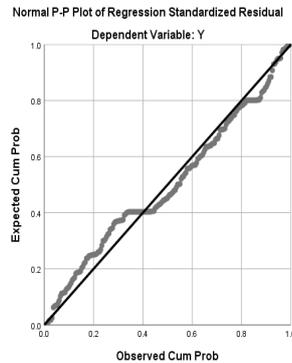
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		208
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98244598
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.034
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.094 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 9 mengindikasikan bahwa nilai uji *Kolmogorov-Smirnov* penelitian ini sebesar  $0,094 > 0,05$ . Oleh karena itu, hasil ini dinyatakan berdistribusi secara normal.

**Gambar 1. Hasil Grafik Probability Plot**



Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil grafik *probability plot* (P-Plot) yang disajikan pada Gambar 1 menunjukkan bahwa gambaran data tampak secara menyebar dan mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa pola data dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal.

### Hasil Analisis Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas digunakan untuk mengidentifikasi adanya hubungan yang kuat antar variabel independen maupun variabel moderasi yang dapat memengaruhi variabel dependen. Pengujian multikolinearitas tersebut dapat dilakukan dengan menganalisis nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Berikut ini adalah hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini yang dianalisis menggunakan SPSS:

**Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.933	.950		6.245	.000		
	X1	.206	.067	.236	3.074	.002	.492	2.034
	X2	.007	.067	.008	.099	.921	.446	2.240
	X3	.525	.101	.405	5.201	.000	.479	2.089
	X4	.247	.080	.192	3.072	.002	.742	1.347
	Z	-.053	.093	-.047	-.566	.572	.413	2.423

a. Dependent Variable: Y

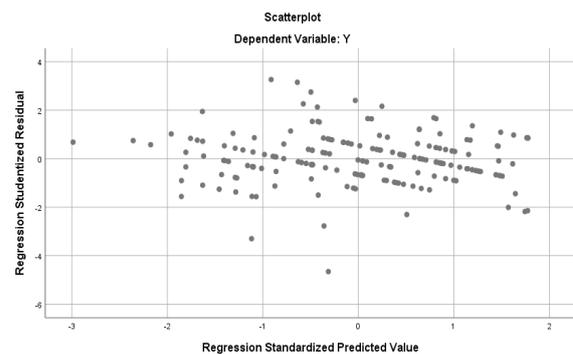
Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas yang ditampilkan pada tabel 10 mengindikasikan bahwa seluruh variabel penelitian ini memiliki nilai *tolerance* di atas 0,1 dan VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak memiliki masalah pada pengujian multikolinearitas.

### Hasil Analisis Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi varian residual terhadap model regresi antar satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Berikut adalah hasil pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini yang dianalisis menggunakan SPSS:

**Gambar 2. Hasil Grafik Scatterplot**



Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

### Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linear berganda bertujuan untuk menganalisis hubungan antara lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan mempertimbangkan peran variabel ketiga, salah satunya penelitian ini menggunakan variabel moderasi. Penelitian ini melibatkan variabel independen yang mencakup pengetahuan perpajakan, sosialisasi pajak, kesadaran perpajakan, dan digitalisasi perpajakan. Sedangkan, variabel dependen pada penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak di kalangan generasi Z yang dipengaruhi juga oleh variabel moderasi, yaitu motivasi pajak. Berikut ini adalah hasil

pengujian analisis regresi linear berganda terhadap penelitian ini yang dianalisis menggunakan SPSS:

**Tabel 11. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.968	5.496		2.178	.031
	PP	.430	.396	.493	1.084	.280
	SP	-1.518	.383	-1.816	-3.961	.000
	KSD	1.106	.624	.853	1.772	.078
	DP	.438	.486	.340	.900	.369
	MP	-.508	.438	-.459	-1.160	.248
	PP*MP	-.023	.032	-.587	-.704	.482
	SP*MP	.123	.030	2.864	4.116	.000
	KSD*MP	-.043	.049	-.729	-.879	.380
	DP*MP	-.017	.040	-.276	-.429	.668

a. Dependent Variable: KWPGZ

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linear berganda yang ditampilkan pada Tabel 11 dapat ditetapkan persamaan model regresi sebagai berikut:

$$KWPGZ = 11,968 + 0,430PP - 1,518SP + 1,106KSD + 0,438DP - 0,508MP - 0,023 (PP*MP) + 0,123 (SP*MP) - 0,043 (KSD*MP) - 0,017 (DP*MP) + \epsilon$$

### Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dan moderasi. Berikut hasil uji koefisien determinasi yang dianalisis menggunakan SPSS:

**Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 <sup>a</sup>	.471	.447	1.619

a. Predictors: (Constant), DP\*MP, PP, KSD, SP, MP, DP, SP\*MP, KSD\*MP, PP\*MP

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi yang ditampilkan pada Tabel 12 diperoleh nilai *Adjusted R Square* pada penelitian ini sebesar 0,447. Hal ini mengindikasikan bahwa 44,7% variasi pada kepatuhan di kalangan generasi Z dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan

perpajakan, sosialisasi pajak, kesadaran perpajakan, digitalisasi perpajakan, dan motivasi perpajakan. Sementara itu, sebesar 55,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

### Hasil Analisis Uji F

Pengujian stimulan bertujuan untuk menentukan kococokan antara model regresi terhadap data yang dikumpulkan. Berikut adalah hasil pengujian stimulan yang dianalisis menggunakan SPSS:

**Tabel 13. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	462.100	9	51.344	19.582	.000 <sup>b</sup>
	Residual	519.164	198	2.622		
	Total	981.264	207			

a. Dependent Variable: KWPGZ

b. Predictors: (Constant), DP\*MP, PP, KSD, SP, MP, DP, SP\*MP, KSD\*MP, PP\*MP

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian F yang ditampilkan pada Tabel 13 mengindikasikan bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut digunakan untuk menjelaskan pengaruh dari pengetahuan perpajakan, sosialisasi perpajakan, kesadaran perpajakan, digitalisasi perpajakan, dan motivasi perpajakan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z.

### Hasil Analisis Uji T

Pengujian parsial bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh signifikan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah hasil pengujian parsial pada penelitian ini yang dianalisis menggunakan SPSS:

**Tabel 14. Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.968	5.496		2.178	.031
	PP	.430	.396	.493	1.084	.280
	SP	-1.518	.383	-1.816	-3.961	.000
	KSD	1.106	.624	.853	1.772	.078
	DP	.438	.486	.340	.900	.369
	MP	-.508	.438	-.459	-1.160	.248
	PP*MP	-.023	.032	-.587	-.704	.482
	SP*MP	.123	.030	2.864	4.116	.000
	KSD*MP	-.043	.049	-.729	-.879	.380
	DP*MP	-.017	.040	-.276	-.429	.668

a. Dependent Variable: KWPGZ

Sumber: Data yang diolah peneliti (2025)

Berdasarkan dari hasil pengujian persial yang disajikan dalam Tabel 14 dapat disimpulkan bahwa:

Pengetahuan perpajakan (PP) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,280 yang lebih besar dari  $\alpha$  (0,05), sehingga pengetahuan perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z (KWPGZ).

Sosialisasi perpajakan (SP) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) dan memiliki nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) -1,518, sehingga sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh negatif terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z (KWPGZ).

Kesadaran perpajakan (KSD) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,078 yang lebih besar dari  $\alpha$  (0,05), sehingga kesadaran perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z (KWPGZ).

Digitalisasi perpajakan (DP) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,369 yang lebih besar dari  $\alpha$  (0,05), sehingga digitalisasi perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z (KWPGZ).

Interaksi antara pengetahuan perpajakan dan motivasi perpajakan (PP\*MP) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,482 yang lebih besar dari  $\alpha$  (0,05), sehingga motivasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan pengetahuan perpajakan dengan kepatuhan di kalangan generasi Z (KWPGZ).

Interaksi antara sosialisasi perpajakan dan motivasi perpajakan (SP\*MP) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), sehingga motivasi perpajakan mampu memoderasi hubungan sosialisasi perpajakan dengan kepatuhan di kalangan generasi Z (KWPGZ).

Interaksi antara kesadaran perpajakan dan motivasi perpajakan (KSD\*MP) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,380 yang lebih besar dari  $\alpha$  (0,05),

sehingga motivasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan kesadaran perpajakan dengan kepatuhan di kalangan generasi Z (KWPGZ).

Interaksi antara digitalisasi perpajakan dan motivasi perpajakan (DP\*MP) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,668 yang lebih besar dari  $\alpha$  (0,05), sehingga motivasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan digitalisasi perpajakan dengan kepatuhan di kalangan generasi Z (KWPGZ).

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah didapatkan mengindikasikan bahwa pengetahuan perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z, sehingga  $H_1$  penelitian ini ditolak. Hasil tersebut tidak sejalan terhadap penelitian yang diterapkan oleh Widyasari (2021) serta Sitohang & Sitompul (2023) yang mengemukakan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z. Hal ini dikarenakan meskipun setiap individu memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda-beda, tidak dapat secara otomatis dalam mendorong kepatuhan. Oleh karena itu, penting bagi generasi Z untuk mengaplikasikan pengetahuan yang dimiliki secara lebih terstruktur dan berkelanjutan, sehingga diharapkan dapat memperkuat pemahaman serta mendukung pengambilan keputusan yang tepat terhadap pemenuhan kewajiban perpajakan mereka.

### **Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah didapatkan mengindikasikan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh negatif terhadap kepatuhan di

kalangan generasi Z, sehingga  $H_2$  dalam penelitian ini ditolak. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang diterapkan oleh Adawiyah et al. (2023), Purba & Yusuf (2022), serta Zaikin et al. (2023) yang mengemukakan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan. Hal ini dikarenakan generasi Z memilih untuk mengakses informasi perpajakan secara mandiri, baik melalui media sosial, mengikuti webinar, dan menonton konten edukasi perpajakan di *YouTube*, sehingga semakin rendah partisipasi generasi Z dalam mengikuti kegiatan sosialisasi, semakin tinggi tingkat kepatuhan di kalangan generasi Z.

### **Pengaruh Kesadaran Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah didapatkan mengindikasikan bahwa kesadaran perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z, sehingga  $H_3$  dalam penelitian ini ditolak. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang diterapkan oleh Widyasari (2021) yang mengemukakan bahwa kesadaran perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z. Hal ini dikarenakan sebagian besar dari generasi Z masih cenderung menganggap pajak sebagai hal yang kurang penting untuk diperhatikan. Oleh karena itu, pemerintah diharapkan dapat mendorong kesadaran mereka untuk menjadi lebih aktif dan mau bertanggung jawab terhadap kewajibannya.

### **Pengaruh Digitalisasi Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah didapatkan mengindikasikan bahwa digitalisasi perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z, sehingga  $H_4$  dalam penelitian ini ditolak. Hasil tersebut tidak sejalan

dengan penelitian yang diterapkan oleh Novita & Frederica (2023) serta Darajat & Sofianty (2023) yang mengemukakan bahwa digitalisasi perpajakan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan. Kondisi tersebut dikarenakan bahwa tidak semua wajib pajak memanfaatkan layanan atau fasilitas yang disediakan oleh pemerintah. Wajib pajak generasi Z yang tidak terbiasa dengan teknologi masih cenderung menganggap bahwa penggunaan layanan perpajakan seperti *e-Filing* dan *e-Biling* ini masih kurang efisien dan sering mengalami kendala sistem, sehingga mereka masih mengandalkan KPP untuk melaporkan dan membayar pajak.

### **Motivasi Perpajakan Tidak Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah didapatkan bahwa motivasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan pengetahuan perpajakan dan kepatuhan di kalangan generasi Z, sehingga  $H_5$  penelitian ini ditolak. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang diterapkan oleh Kusuma et al. (2021) yang mengemukakan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi. Hal tersebut dikarenakan bahwa motivasi yang dimiliki oleh generasi Z masih cenderung lemah dalam menghubungkan pengetahuan perpajakan dan kepatuhan. Oleh karena itu, penting bagi wajib pajak generasi Z untuk meningkatkan motivasi mereka dalam mendorong pengetahuan yang dimiliki, sehingga diharapkan dapat membantu mereka dalam meningkatkan kepatuhan di kalangan generasi Z.

### **Motivasi Perpajakan Mampu Memoderasi Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah didapatkan mengindikasikan bahwa motivasi perpajakan mampu memoderasi

hubungan sosialisasi perpajakan dan kepatuhan di kalangan generasi Z, sehingga  $H_6$  dalam penelitian ini diterima. Dalam hal ini, motivasi yang kuat dari pemerintah atau lembaga terkait dapat mendorong wajib pajak generasi Z untuk berkontribusi dalam mengikuti kegiatan sosialisasi pajak, sehingga dapat meningkatkan pemahaman mengenai perpajakan serta membantu dalam meningkatkan kepatuhan.

### **Motivasi Perpajakan Tidak Memoderasi Pengaruh Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah didapatkan mengindikasikan bahwa motivasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan kesadaran perpajakan dan kepatuhan di kalangan generasi Z, sehingga  $H_7$  dalam penelitian ini ditolak. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang diterapkan oleh Kusuma et al. (2021) yang mengemukakan bahwa kesadaran perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi. Kondisi tersebut dikarenakan bahwa motivasi yang dimiliki oleh generasi Z masih cenderung lemah dalam menghubungkan kesadaran perpajakan dan tingkat kepatuhan di kalangan generasi Z. Oleh karena itu, generasi Z perlu lebih meningkatkan motivasi mereka untuk mendorong niat dan keinginannya, sehingga diharapkan dapat membantu mereka dalam meningkatkan kepatuhan.

### **Motivasi Perpajakan Tidak Memoderasi Pengaruh Digitalisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan di Kalangan Generasi Z**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah didapatkan mengindikasikan bahwa motivasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan digitalisasi perpajakan dan kepatuhan di kalangan generasi Z, sehingga  $H_8$  dalam penelitian ini ditolak. Kondisi tersebut dikarenakan bahwa motivasi yang dimiliki oleh generasi Z masih

cenderung lemah dalam menghubungkan pengaruh digitalisasi perpajakan dan kepatuhan di kalangan generasi Z. Oleh karena itu, penting bagi generasi Z untuk perlu lebih meningkatkan motivasi mereka dalam mendorong mereka terhadap pemenuhan kewajiban perpajakannya melalui penerapan teknologi dan sistem digital, sehingga diharapkan juga dapat membantu mereka dalam meningkatkan kepatuhan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai mengenai kepatuhan di kalangan generasi Z, maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perpajakan memiliki pengaruh negatif terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z. Kemudian, pengetahuan perpajakan, kesadaran perpajakan, dan digitalisasi perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan di kalangan generasi Z. Selain itu, motivasi perpajakan mampu memoderasi hubungan sosialisasi perpajakan dan kepatuhan di kalangan generasi Z. Sedangkan, motivasi perpajakan tidak mampu memoderasi hubungan pengetahuan perpajakan, kesadaran perpajakan, dan digitalisasi perpajakan dengan kepatuhan di kalangan generasi Z.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepatuhan di kalangan generasi Z, maka terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan kepada pemerintah untuk diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan perpajakan secara lebih lanjut. Dalam hal ini, peningkatan kualitas layanan perpajakan dapat mempermudah generasi Z terhadap pemenuhan kewajibannya dengan secara efisien, tanpa harus melakukan pelaporan dan pembayaran pajak secara manual melalui kunjungan langsung ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP). Selain itu, saran ini juga diberikan kepada wajib pajak generasi Z untuk meningkatkan motivasi, kesadaran, serta menerapkan pengetahuan

pajak secara rutin, sehingga tingkat motivasi, kesadaran, dan pengetahuan pajak yang tinggi diharapkan dapat membantu mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Terakhir, saran ini juga diberikan oleh penelitian selanjutnya yang ingin mengangkat topik yang serupa disarankan untuk lebih mempertimbangkan karakteristik responden yang akan dijadikan objek penelitian. Pertimbangan ini didasarkan pada temuan penelitian ini yang mengindikasikan bahwa wajib pajak generasi Z masih kurang patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., Rahmawati, Y., & Eprianto, I. (2023). *Literature Review: Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. *Jurnal Economina*, 2(9), 2310-2321.
- Aqmarina, F., & Furqon, I. K. (2020). Peran Pajak sebagai Instrumen Kebijakan Fiskal dalam Mengantisipasi Krisis Ekonomi pada Masa Pandemi Covid-19. *FINANSIA: Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 255-274.
- Darajat, R. P., & Sofianty, D. (2023). Pengaruh Penerapan Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi PBB di Kota Bandung dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderating. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 3(1), 431-436.
- Dewi, K. A. S., & Supadmi, N. L. (2022). Motivasi Pajak, Sanksi Pajak, dan Efektivitas *E-Filing* pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(11), 3306-3317.
- Erica, D. (2021). Pengaruh Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 129-138.
- Hamilah, H., & Fricilia. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 10(1), 49-60.
- Indrati, M., & Marceggiani, S. (2023). Kesadaran, Pengetahuan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Pajak. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 766-783.
- Jarwa, T., Ratnawati, T., & Nugroho, M. (2021). *The Influence of Individual Characteristics and Information Technology on Taxpayer Awareness, Willingness, Ability to Pay and Taxpayer Compliance in Paying Land and Building Taxes*. In *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*. 12(9), 1527-1537.
- Karnowati, N. B., & Handayani, E. (2021). *Moderation of tax socialization of factors affecting taxpayer compliance in the time of Covid-19*. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 10(5), 184-194.
- Kemenkeu (2024). Kinerja APBN 2023 Luar Biasa, Capai Target Lebih Cepat dan Sehatkan Ekonomi Nasional. Kementerian Keuangan Indonesia. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/kinerja-apbn-2023-luar-biasa-capai-target-lebih-cepat-dan-sehatkan-ekonomi-nasional>
- Kusuma, R. R. W. A., Achmad, H., & Masamah, M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Kesadaran Perpajakan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Motivasi Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Pemenuhan Kewajiban Pajak. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 17(1), 85-96.
- Novita & Fredica. (2023). Pengaruh Pemahaman Regulasi, Digitalisasi dan Program Pengungkapan Sukarela

- Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *JUARA: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(1), 74-93.
- Nuridin, I. (2023). Analisis Media Pelayanan Aplikasi DJP *Online* Terhadap Penerimaan Teknologi Wajib Pajak. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 450-464.
- Pajak (2023). Minim Literasi, Bagaimana Nasib Perpajakan di Tangan Gen-Z? <https://www.pajak.com/komunitas/opini-pajak/minim-literasi-bagaimana-nasib-perpajakan-di-tangan-gen-z/>
- Pajak (2023). Rasio Kepatuhan Formal Penyampaian SPT Tahunan 2023 Tercatat 88 persen. <https://www.pajak.com/pajak/rasio-kepatuhan-formal-penyampaian-spt-tahunan-2023-tercatat-88-persen/>
- Peratama, A., Yuniarti, R., Yusmaniarti, & Khariyah, D. (2023). Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Bumi dan Bangunan pada Desa Batu Kalung. *Jurnal Economic Edu*, 4(1), 79-92.
- Purba, C. V. J., & Yusuf, H. (2022). Pengaruh Pengetahuan Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan WPOP dengan Kesadaran Pajak sebagai Variabel Mediasi. *Media Ekonomi*, 22(1), 9-24.
- Purwono, P., Banjar Nahor, M., Fajri, R., Purwanto, S., Fahmi, I., & Saefudin, A. (2021). Strategi Penerapan Sistem Informasi *E-Filing* sebagai Bentuk Kebijakan Publik dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak di Indonesia. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 12(1), 15-29.
- Rokhman, A., Handoko, W., Tobirin, T., Antono, A., Kurniasih, D., & Sulaiman, A. I. (2023). *The effects of e-government, e-billing and e-filing on taxpayer compliance: A case of taxpayers in Indonesia*. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 49-56.
- Safitri, R. N., & Afiqoh, N. W. (2023). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Efektivitas Sistem Perpajakan, Dan Motivasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 3(2), 165-177.
- Sitohang, C. V, & Sitompul, G. O. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Persepsi Mahasiswa/I Prodi Akuntansi Universitas Advent Indonesia). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 28473-28483.
- Sri Padmawati, Z. B., & Wijaya, G. C. (2023). Determinan Kesadaran Wajib Pajak, Sistem Pemungutan Pajak dan Penerapan Sistem *E-Filing* Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akunida*, 9(1), 70–79.
- Suartama, I. W. E., & Wiratmaja, I. D. N. (2023). Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Perhitungan Tarif Pajak, dan Kepatuhan Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(8), 2214-2224.
- Tambun, S., Sitorus, R. R., & Atmojo, S. (2020). Pengaruh Digitalisasi Layanan Pajak Dan *Cooperative Compliance* Terhadap Upaya Pencegahan *Tax avoidance* Dimoderasi Kebijakan Fiskal Di Masa Pandemi Covid 19. *Media Akuntansi Perpajakan*, 5(2), 74-86.
- Weiner, B. (2009). *Attribution Theory*. In *International Encyclopedia of Education, Third Edition*, 558–563.
- Widyasari, J. T. H. (2021). Persepsi Generasi Z Terhadap *Tax Compliance*. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(3), 1020-1027.

- Yunita, Y., Fahmi, M., & Anfasyah, N. L. (2022). Kepuasan Wajib Pajak Dalam Penggunaan E-*Filing* Pada Sistem DJP Online. *Sebatik*, 26(2), 593-599.
- Zahrani, N. R. (2019). Pengaruh pemahaman pajak, pengetahuan pajak, kualitas pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(4), 1-19.
- Zaikin, M., Pagalung, G., & Rasyid, S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening. *Owner*, 7(1), 57-76.