



## Pengaruh insentif pajak dan layanan pajak terhadap persepsi dan kepatuhan wajib pajak

Riris Rotua Sitorus<sup>1</sup>, Sihar Tambun<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Esa Unggul

<sup>2</sup>Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

<sup>1</sup>[riris.sito@gmail.com](mailto:riris.sito@gmail.com), <sup>2</sup>[sihar.tambun@gmail.com](mailto:sihar.tambun@gmail.com)

### Info Artikel

#### Sejarah artikel:

Diterima 10 Mei 2023

Disetujui 15 Juni 2023

Diterbitkan 25 Juli 2023

### Kata kunci:

Insentif pajak; Layanan pajak; Persepsi wajib pajak; Kepatuhan wajib pajak

### Keywords :

Tax incentives; tax services; Taxpayer perceptions; Taxpayer compliance

### ABSTRAK(10 PT)

Pemerintah Indonesia memberikan insentif pajak selama Covid-19 dan membuka layanan pajak online dan lebih intensif, dengan harapan bisa melayani wajib pajak dengan baik selama Covid-19. Tujuan penelitian ini membuktikan pengaruh dari insentif pajak dan layanan pajak terhadap persepsi dan kepatuhan wajib pajak (WP). Terdapat dua model yang diuji, pertama pengaruh dari insentif dan layanan pajak terhadap persepsi WP. Kedua, pengaruh insentif pajak, layanan pajak dan persepsi WP terhadap kepatuhan WP. Sampel 300 responden dari sektor UMKM yang menerima manfaat insentif dan layanan pajak selama covid 19 di Jakarta. Analisis menggunakan structural equation modelling. Hasil penelitian membuktikan bahwa layanan pajak terbukti berdampak pada persepsi WP. Kemudian, insentif pajak, layanan pajak dan persepsi WP terbukti berdampak pada kepatuhan WP. Layanan pajak secara tidak langsung terhadap kepatuhan WP melalui persepsi WP. Hasil penelitian ini merekomendasikan bahwa prioritas strategi untuk meningkatkan kepatuhan WP adalah peningkatan layanan pajak, edukasi dan sosialisasi kepada WP sehingga memiliki persepsi yang baik tentang pajak, dan terakhir dengan memberikan insentif pajak.

### ABSTRACT(10 PT)

The Indonesian government provides tax incentives during Covid-19 and opens online and more intensive tax services, hoping to serve taxpayers well during Covid-19. This study aims to prove the effect of tax incentives and tax services on the perception and compliance of taxpayers (WP). Two models are tested: the development of tax incentives and benefits on taxpayer perceptions. Second, the impact of tax incentives, tax services, and taxpayer perceptions on taxpayer compliance. A sample of 300 respondents from the MSME sector who received the benefits of tax incentives and services during covid 19 in Jakarta. Analysis using structural equation modeling. The results prove that tax services are established to impact taxpayer perceptions. Then, tax incentives, tax services, and taxpayer perceptions are proven to affect taxpayer compliance—tax services indirectly on taxpayer compliance through taxpayer perceptions. The results of this study recommend that the priority strategies to improve taxpayer compliance are improving tax services, education, and socialization to taxpayers so that they have a good perception of taxes and, finally, providing tax incentives.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid telah mengguncang perekonomian dunia, khususnya pada tahun 2020 sampai tahun 2022. Berbagai negara di dunia mengalami krisis karena kegiatan ekonomi domestik dan regional terhenti, termasuk kegiatan ekonomi di Kawasan benua dan antar benua. Lockdown pada tahun 2020 telah menyebabkan perekonomian yang lesu. Baik dikawasan domestic, regional, dan antar benua (McKibbin & Fernando, 2021). Turbulensi ekonomi sangat terasa di berbagai negara, termasuk Indonesia. APBN di Indonesia di danai oleh mayoritas pajak yang diperoleh dari WP. Pada tahun 2020 APBN Indonesia justru mengalami defisit tajam yaitu 1.039 triliun rupiah. Sementara pendapatan pajak menurun tajam karena lumpuhnya perekonomian di berbagai sektor. Dimana Pelayanan pajak semakin baik, maka kepatuhan WP juga akan meningkat (Oktaviani et al., 2019). Kualitas pelayanan pajak berdampak positif terhadap kepatuhan WP (Yunianti et al., 2019). Layanan fiskus yang baik akan meningkatkan kepatuhan WP (Septyana & Suprasto, 2019).

Pemerintah Indonesia menyikapi masalah ini dengan mengeluarkan kebijakan di bidang perpajakan. Kebijakan itu adalah Permenkeu No.9 Tahun 2021 tentang Insentif Pajak (IP) untuk WP karena Covid 19. Kebijakan ini meringankan beban pajak karyawan, pajak UMKM, pajak importir, dan

angsuran pajak perusahaan. Pemerintah Indonesia berharap dengan kebijakan ini perekonomian akan bertumbuh positif dan akan semakin baik. Direktorat jenderal pajak juga membuka layanan konsultasi pajak secara online. Bila WP ingin konsultasi dan bertemu diperbolehkan dengan protokol kesehatan yang ketat. Layanan konsultasi pajak dibuka karena banyak WP yang mengalami kesulitan untuk membayar pajak selama pandemi covid 19. Menarik untuk mengamati dan meneliti dampak dari kebijakan IP dan layanan pajak selama pandemi covid 19 terhadap persepsi WP dan kepatuhan WP. Kepatuhan WP dipengaruhi oleh perubahan persepsi WP (Lee et al., 2021). Namun ada juga yang membuktikan bahwa persepsi tidak mempengaruhi WP (Hanifah & Yudianto, 2019). Sikap moralitas WP berdampak terhadap persepsi tentang penghidaran dan kepatuhan pajak (Pui et al., 2017).

Beban pajak berkaitan erat dengan persepsi masyarakat dan hal tersebut akan berdampak terhadap keputusan ekonomi (Nguyen, 2020). Insentif seperti energi baru yang menunjang kinerja perusahaan (Sun et al., 2020). Insentif baik diberikan kepada pajak penghasilan pribadi (Villca et al., 2019). Insentif akan mendorong WP melakukan kewajiban pajak dengan apa adanya (Handayani & Tambun, 2022). Insentif sangat bermanfaat untuk perusahaan yang likuiditasnya rendah karena IP akan menjadi sumber pendanaan (Cicchiello et al., 2019). Berdasarkan info ini dapat dimaknai bahwa insentif berpotensi berkontribusi besar pada terciptanya persepsi WP, baik persepsi yang bertendensi positif maupun persepsi yang bertendensi negative. Semua akan tergantung pada penerimaan persepsi dan pemahaman dari individu WP. Insentif pajak memiliki keterkaitan dengan persepsi masyarakat dari insentif tersebut (Nguyen, 2020; Sun et al., 2020; Villca et al., 2019). Layanan pajak memiliki keterkaitan dengan persepsi yang didapatkan oleh masyarakat ((Vehovar et al., 2018); (Wulan et al., 2018); (McKee et al., 2018); (Anto et al., 2021)). IP turut mendorong terciptanya kepatuhan WP (Fan & Liu, 2020; Leong et al., 2020; Harju et al., 2019; Sharf et al., 2019). Layanan pajak berkaitan dengan kepatuhan WP (Khulsum & Waluyo, 2019; (Oktaviani et al., 2019); (Yunianti et al., 2019); (Septyana & Suprasto, 2019)). Persepsi memiliki hubungan dan berdampak pada kepatuhan WP ((Arunasalam, 2020); (Syatila Che Saruji et al., 2019); (Blaufus et al., 2020); (Tan et al., 2019)). Belum ada penelitian persepsi WP sebagai intervening diantara IP dan layanan pajak selama covid 19 sebagai variabel eksogen dengan kepatuhan WP sebagai variabel endogen. Selain model penelitian yang baru, pengujian dampak langsung dampak tidak langsung dari IP dan layanan pajak selama covid 19 terhadap kepatuhan WP, melalui persepsi WP juga kebaruan penelitian ini.

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa manusia adalah makhluk yang rasional, yang memanfaatkan dan mempertimbangkan semua informasi yang ada sebelum bertindak atau berperilaku (Khasanah, 2022). Teori ini digunakan sebagai landasar berpikir untuk mengkaji dan menjelaskan hubungan dalam model penelitian ini. Perilaku WP dipengaruhi oleh persepsi yang ada di WP, persepsi WP dipengaruhi oleh informasi yang diterima, diantaranya adalah informasi insentif dan informasi. Setiap manusia memiliki perencanaan dalam kehidupannya dan hal itu yang mendasari seseorang untuk bertindak dan berperilaku. Ketika insentif diinformasikan, maka hal tersebut berpotensi mempengaruhi perencanaan dari setiap individu dalam melakukan kewajiban pajaknya. Insentif dianggap sebagai sebuah dukungan atau penghargaan sehingga jiwa nasionalisme WP akan semakin kuat (Tambun et al., 2022; Tambun & Ananda, 2022; Tambun & Handayani, 2022; Tambun & Haryati, 2022; Tambun & Riandini, 2022). Penerimaan informasi tentang insentif akan berkolaborasi dengan persepsi yang ada dalam pikiran setiap individu. Kombinasi dari informasi insentif dan layanan yang tersedia turut berkontribusi pada persepsi individu dan hal ini tentunya berpengaruh pada sikap kepatuhan yang dimiliki. Penelitian yang dilakukan oleh Arunasalam (2020) mengatakan bahwa persepsi WP atas IP baik. Insentif dapat diberikan di wilayah yang kurang berkembang sehingga pertumbuhan ekonomi akan semakin baik. Persepsi masyarakat akan berdampak terhadap pola sikap dan kepatuhan pajak (Syatila et al., 2019). Persepsi tentang pajak akan mempengaruhi tindakan WP (Blaufus et al., 2020). Persepsi etik setiap individu akan berpengaruh terhadap keputusan kepatuhan WP (Tan et al., 2019). Selain itu Pelayanan pajak berpengaruh positif terhadap sikap patuh dari WP (Wulan et al., 2018). Layanan yang tersedia kepada WP akan berdampak positif terhadap kepatuhan WP (McKee et al., 2018). Kualitas pelayanan publik berdampak positif terhadap kepatuhan WP (Anto et al., 2021). Dengan demikian insentif dan layanan pajak selama periode pandemi terjadi, berpeluang atau berpotensi berdampak terhadap persepsi WP dan kepatuhan WP.

## **METODE PENELITIAN**

Kemudian WP berkonsultasi ke kantor pelayanan pajak di Jakarta selama pandemi covid 19. Jumlah sampel diambil kira-kira 5 sampai 10 kali dari jumlah indikator yang ada (Hair, 2015). Jumlah indikator dari variabel yang diteliti adalah 12, sehingga minimal responden 60 dan jika lebih akan lebih baik. Penelitian ini memiliki empat variabel yang diteliti. Pertama, variabel insentif pajak sebagai variabel eksogen. Insentif adalah kemudahan perpajakan yang diberikan pemerintah kepada WP, baik dalam bentuk pengurangan pajak ataupun fasilitas lainnya. Insentif menggunakan beberapa indikator yaitu insentif bebas pajak penghasilan, insentif transaksi tidak dipungut biaya dan insentif pengurangan angsuran pajak (Marlina & Syahribulan, 2021). Kedua, variabel layanan pajak selama pandemi covid 19. Layanan pajak selama pandemi covid 19 adalah layanan khusus yang diberikan sejak pandemi covid 19 terjadi. Layanan ini menggunakan beberapa indikator, yaitu layanan loket tempat pelayanan terpadu, layanan konsultasi perpajakan, layanan konsultasi aplikasi dan layanan janji bertemu. Ketiga, variabel persepsi WP (Wisnubroto, 2020). Persepsi WP adalah proses yang diterima oleh indera WP sebagai stimulus untuk melakukan tindakan. Persepsi WP yang positif diupayakan melalui edukasi dan sosialisai kepada WP. Persepsi WP diukur menggunakan dua indikator yaitu penerimaan informasi dan evaluasi informasi sehingga menjadi stimulus yang baik dalam bertindak (Portillo & Fernández, 2020). Keempat, variabel kepatuhan WP. Kepatuhan WP adalah aktivitas perpajakan sesuai dengan peraturan. Kepatuhan WP menggunakan beberapa indikator, yaitu patuh hitung, patuh bayar dan patuh lapor. Penelitian pakai SEM dengan menggunakan software lisrel untuk membuktikan hipotesis penelitian. Kriteria kualitas data menggunakan confirmatory factor analysis dan goodness of fit. Confirmatory factor analysis terdiri dari tiga kriteria, yaitu nilai dari chi square dibagi df  $< 2$ , nilai probability  $> 0.05$  dan nilai RMSEA  $< 0.07$  (Lo et al., 2020). Kemudian goodness of fit seperti GFI, AGFI, CFI, IFI dan NFI diharapkan memperoleh nilai  $> 0.90$  (Janková et al., 2020). Untuk pembuktian hipotesis menggunakan standar nilai T Statistik atau nilai P Values. Jika nilai T Statistik  $> 1.96$  dan nilai P Values  $< 0.05$  maka hipotesis akan diterima. Jika nilai T Statistik  $< 1.96$  dan nilai P Values  $> 0.05$  maka hipotesis akan ditolak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden untuk penelitian ini sebanyak 300 responden dari sektor UMKM di Jakarta. Responden terdiri dari 61% berasal dari sektor makanan dan minuman dan 32% dari sektor fashion, sisa 7% dari berbagai sektor lainnya. Pemberlakuan pembatasan sosial membuat ruang penelitian terbatas di Jakarta dan hanya di sektor UMKM. Responden terpilih adalah responden yang memanfaatkan insentif dan layanan pajak selama pandemic covid 19 dan telah melaporkan aktivitas perpajakan untuk tahun 2020. Uji kualitas data dengan menggunakan uji confirmatory factor analysis dan goodness of fit pada data penelitian. Hasil chi square dibagi degree of freedom adalah 1.05 dan hasil ini kurang dari 2, sehingga sudah memenuhi kriteria. Point P Value 0.36881 diatas 0.05 yang berarti sudah memenuhi kriteri. Point RMSEA is 0.014 sudah berada dibawah 0.07 yang berarti sudah memenuhi kriteria. Score loading factor dari variabel ke konstruk masing-masing  $> 0.5$  valid. Selanjutnya goodness of fit sudah memenuhi kriteria karena semua hasilnya  $> 0.9$ . Score GFI is 0.97, score AGFI is 0.96, score NFI is 0.99, score CFI is 1, and score IFI is 1. Hasil pengujian hipotesis penelitian disajikan berikut ini.

**Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis**

	Hypothesis	Coefficient	T Statistics	Decision
H <sub>1</sub>	Tax Incentives --> Tax Perception	0.11	1.40 < 1.96	Rejected
H <sub>2</sub>	Tax Service --> Tax Perception	0.66	7.58 > 1.96	Accepted
H <sub>3</sub>	Tax Incentives --> Tax Compliance	0.18	3.20 > 1.96	Accepted
H <sub>4</sub>	Tax Service --> Tax Compliance	0.47	5.93 > 1.96	Accepted
H <sub>5</sub>	Tax Perception --> Tax Compliance	0.32	4.61 > 1.96	Accepted
H <sub>6</sub>	Tax Incentives --> Tax Perception --> Tax Compliance	0.04	1.32 < 1.96	Rejected
H <sub>7</sub>	Tax Service --> Tax Perception --> Tax Compliance	0.21	4.20 > 1.96	Accepted

Hasil pengujian hipotesis diuraikan berikut ini. Pembuktian hipotesis pertama, IP tidak berpengaruh terhadap persepsi WP. Kemungkinan hal ini disebabkan karena pemberian tax insentif ini hanya sementara. Responden menjawab bahwa persepsi mereka terbentuk dari edukasi dan sosialisai

dari pemerintah. Dengan demikian, tax insentif tidak mampu menjadi stimulus untuk memicu WP melakukan tindakan tertentu.

### **Pembahasan**

Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan pembuktian yang dilakukan ((Nguyen, Ph.D., 2020), (Sun et al., 2020), and (Villca-Pozo & Gonzales-Bustos, 2019)). Pembuktian hipotesis kedua, layanan pajak selama covid 19 terbukti berpengaruh positif terhadap persepsi WP. Layanan pajak selama pandemi covid 19 ini adalah layanan baru dan memang sangat dibutuhkan oleh WP. Keempat layanan ini mampu menstimulus WP sehingga memiliki persepsi yang baik dan positif terkait pajak. Bukti penelitian ini mendukung dan melengkapi penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh ((Vehovar et al., 2018), (Wulan et al., 2018), (McKee et al., 2018), and (Anto et al., 2021)). Pembuktian hipotesis ketiga, IP terbukti berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP. IP ini dimanfaatkan sepenuhnya oleh WP dan telah menambah kepatuhan dari WP. Mereka menghitung, membayar dan melaporkan pajak dengan patuh ketika insentif ini diberikan oleh pemerintah. Menentang penelitian Fan & Liu (2020), Leong et al. (2020), Harju et al. (2019) and Sharf et al. (2019). Pembuktian hipotesis keempat, layanan pajak selama pandemi covid 19 terbukti berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP. Layanan ini memang sangat dibutuhkan oleh WP karena semasa pandemi covid 19 ini layanan bimbingan dan konsultasi dengan fiskus menjadi terbatas. Apalagi banyak WP mengalami masalah keuangan dan ingin berkonsultasi masalah perpajakannya.

Selain itu WP juga ingin mengetahui lebih detail implementasi IP sehingga mereka menggunakan layanan pajak ini. Relevan dengan pembuktian Khulsum & Waluyo (2019), (Oktaviani et al., 2019), (Yunianti et al., 2019), (Septyana & Suprasto, 2019)). Pembuktian hipotesis kelima, persepsi WP terbukti berpengaruh positif terhadap kepatuhan WP. Persepsi yang baik tentang pajak menjadi stimulus yang baik dan mendorong WP bertindak patuh. Persepsi tentang pajak telah mendorong WP mengimplementasikan bentuk dari kepatuhan WP tersebut, seperti patuh untuk menghitung pajak, patuh untuk membayar pajak dan patuh untuk melaporkan pajak. Relevan dengan pembuktian (Arunasalam, 2020), (Syatila Che Saruji et al., 2019), (Blaufus et al., 2020) dan Tan et al. (2019). Pembuktian hipotesis keenam, pengaruh insentif terhadap kepatuhan WP melalui persepsi WP tidak terbukti. Persepsi WP tidak mampu memediasi pengaruh insentif terhadap kepatuhan WP. Kemungkinan penyebabnya karena IP tidak berdampak pada persepsi WP dan insentif ini hanya bersifat sementara. Responden juga menjelaskan bahwa persepsi positif tentang pajak terbentuk dari edukasi dan sosialisasi yang mereka terima. WP lebih merespon informasi yang berdampak panjang atau berdampak untuk selamanya terhadap aktivitas perpajakan mereka. Kerena gagal memediasi, maka persepsi WP tidak memiliki andil pada saat pemerintah ingin meningkatkan kepatuhan WP dengan insentif sebagai prediktor. Pembuktian hipotesis ketujuh, pengaruh layanan pajak selama pandemi covid 19 terhadap kepatuhan WP melalui persepsi WP telah terbukti. Persepsi WP mampu memediasi pengaruh dari layanan pajak selama pandemi covid 19 terhadap kepatuhan WP. Secara langsung layanan pajak selama pandemi covid 19 juga berdampak pada kepatuhan WP. Artinya layanan pajak mempengaruhi kepatuhan WP. Jika pemerintah ingin meningkatkan kepatuhan WP, maka peningkatan layanan seperti ini sangat direkomendasikan. Persepsi WP juga menjadi stimulus atau pendorong pengaruh layanan pajak terhadap kepatuhan WP.

Nilai koefisien determinasi dari persamaan pertama, yaitu pengaruh dari insentif dan layanan pajak selama pandemi covid 19 terhadap persepsi WP adalah 55 %. Berdasarkan model penelitian yang pertama ini, yang berdampak kuat terhadap persepsi WP adalah layanan pajak. Jika pemerintah ingin meningkatkan persepsi positif tentang pajak, maka pilihan strategi yang tepat adalah meningkatkan layanan pajak. Kedua, nilai koefisien determinasi dari persamaan kedua, itu pengaruh dari insentif, layanan pajak selama pandemi covid 19, dan persepsi WP terhadap kepatuhan WP adalah 76%. Meskipun semua prediktor ini berdampak signifikan terhadap kepatuhan WP, koefisien pengaruh terbesar berasal dari layanan pajak, kemudian berasal dari persepsi WP dan yang terakhir berasal dari insentif. Jika pemerintah ingin meningkatkan kepatuhan WP, maka prioritas strategi yang harus dilakukan adalah peningkatan layanan pajak, lalu diikuti dengan peningkatan persepsi WP dan terakhir insentif. Dengan kata lain, faktor-faktor untuk meningkatkan kepatuhan WP lebih diutamakan yang bersifat permanen dibanding yang bersifat sementara. Hasil penelitian ini melengkapi dan membuktikan ToPB. Kepatuhan WP merupakan bagian dari perilaku yang terencana, sebagaimana telah dikaji sebelumnya dengan menggunakan ToPB. Selanjutnya, defisit yang tinggi pada APBN Indonesia tahun

2020 sebagaimana telah disajikan di pendahuluan, maka solusi yang direkomendasikan hasil penelitian ini adalah peningkatan layanan pajak selama pandemi covid 19. Layanan tersebut terbukti mendorong WP menjadi patuh menghitung pajak sesuai aturan, patuh membayar dan melaporkan pajak. Tindakan strategis lainnya adalah mengupayakan agar WP memiliki persepsi yang positif tentang pajak. Hal ini bisa diupayakan melalui edukasi dan sosialisasi dari pemerintah secara rutin.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa insentif, persepsi WP dan layanan pajak selama pandemi covid 19 dapat menjadi faktor yang kuat untuk meningkatkan kepatuhan WP. Kemudian layanan pajak selama pandemi covid 19 berdampak pada persepsi yang positif bagi WP. Persepsi WP mampu memediasi pengaruh dari layanan pajak selama pandemi covid 19 pada kepatuhan WP. Keterbatasannya hanya dari sektor UMKM dan hanya berasal dari wilayah Jakarta. Penelitian merekomendasikan kepada pemerintah, jika ingin meningkatkan kepatuhan WP, maka prioritas strategi yang diterapkan adalah peningkatan layanan pajak, kemudian mengupayakan persepsi yang positif pada WP serta pemberian insentif yang membantu WP untuk lebih baik. Peningkatan kepatuhan WP diyakini dapat membantu mengatasi defisit APBN yang tengah terjadi di Indonesia saat ini. Rekomendasi dapat menambahkan edukasi perpajakan dan sosialisasi perpajakan, serta transparansi keuangan untuk melengkapi model yang mempengaruhi persepsi dan kepatuhan WP. Rekomendasi untuk model peningkatan kepatuhan WP juga bisa dengan menyertakan unsur nasionalisme.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anto, L. O., Husin, Hamid, W., & Bulan, N. L. (2021). Taxpayer awareness, tac knowledge, tac sanctions, public service account ability and taxpayer compliance. *Accounting*. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.10.015>
- Arunasalam, K. (2020). A Study on Tax Payer Perception on Tax E-Filing in Less Developed Areas in Malaysia. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*. <https://doi.org/10.37200/ijpr/v24i2/pr200390>
- Blaufus, K., Chirvi, M., Huber, H. P., Maiterth, R., & Sureth-Sloane, C. (2020). Tax Misperception and its Effects on Decision Making—Literature Review and Behavioral Taxpayer Response Model. *European Accounting Review*. <https://doi.org/10.1080/09638180.2020.1852095>
- Cicchello, A. F., Battaglia, F., & Monferrà, S. (2019). Crowdfunding tax incentives in Europe: a comparative analysis. *European Journal of Finance*. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2019.1610783>
- Hair, Jr, J. F. (2015). Essentials of Business Research Methods. In *Essentials of Business Research Methods*. <https://doi.org/10.4324/9781315704562>
- Handayani, P. R., & Tambun, S. (2022). Pengaruh Transparansi Laporan Keuangan dan Integrasi Laporan Keuangan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak yang Dimoderasi oleh Etika Profesi Akuntan. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(2), 908–914. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jap.v22i2.4002>
- Hanifah, H., & Yudianto, I. (2019). The influence of religiosity, nationalism, and tax corruption perception on tax compliance. *Journal of Accounting Auditing and Business*.
- Janková, J., Shah, R. D., Bühlmann, P., & Samworth, R. J. (2020). Goodness-of-fit testing in high dimensional generalized linear models. *Journal of the Royal Statistical Society. Series B: Statistical Methodology*. <https://doi.org/10.1111/rssb.12371>
- Khasanah, N. M. (2022). *Minat Beli Produk Halal Samyang Food ditinjau dari Theory Of Planned Behavior pada Generasi Muslim di Kabupaten Kudus*. IAIN KUDUS.
- Lee, Y., Ng, S., Shevlin, T., & Venkat, A. (2021). The effects of tax avoidance news on employee perceptions of managers and firms: Evidence from Glassdoor.com ratings. *Accounting Review*. <https://doi.org/10.2308/TAR-2019-0148>

- Lo, F. Y., Rey-Martí, A., & Botella-Carrubi, D. (2020). Research methods in business: Quantitative and qualitative comparative analysis. In *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.003>
- Marlina, L., & Syahribulan, S. (2021). Peranan Insentif Pajak Yang Di Tanggung Pemerintah (DTP) Di Era Pandemi Covid 19. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*. <https://doi.org/10.36090/e-dj.v2i2.910>
- McKee, M., Siladke, C. A., & Vossler, C. A. (2018). Behavioral dynamics of tax compliance when taxpayer assistance services are available. *International Tax and Public Finance*, 25(3), 722–756. <https://doi.org/10.1007/s10797-017-9466-z>
- McKibbin, W., & Fernando, R. (2021). The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios. *Asian Economic Papers*. [https://doi.org/10.1162/asep\\_a\\_00796](https://doi.org/10.1162/asep_a_00796)
- Nguyen, Ph.D., H. (2020). Taxation in Law and Economics: A Brief Review for Public Policy Decisions. *International Journal of Business and Applied Social Science*. <https://doi.org/10.33642/ijbass.v6n5p5>
- Oktaviani, A. A., Juang, F. T., & Kusumaningtyas, D. A. (2019). The Effect of Knowledge and Understanding Taxation, Quality of Tax Services, and Tax Awareness on Personal Tax Compliance. *Indonesian Management and Accounting Research*. <https://doi.org/10.25105/imar.v16i2.4678>
- Portillo, M., & Fernández-Baena, J. (2020). Social self-perception in adolescents: Accuracy and bias in their perceptions of acceptance/rejection. *Psicologia Educativa*. <https://doi.org/10.5093/PSED2019A12>
- Pui Yee, C., Moorthy, K., & Choo Keng Soon, W. (2017). Taxpayers' perceptions on tax evasion behaviour: an empirical study in Malaysia. *International Journal of Law and Management*. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-02-2016-0022>
- Septyana, K. P., & Suprasto, H. B. (2019). Effect of taxation knowledge, Fiscus service, and tax sanctions on tax obligation compliance with tax amnesty as moderated variables. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(6), 111–117.
- Sun, C., Zhan, Y., & Du, G. (2020). Can value-added tax incentives of new energy industry increase firm's profitability? Evidence from financial data of China's listed companies. *Energy Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2019.104654>
- Syatila Che Saruji, Raihana Mohdali, & Nik Nadzirah Nik Mohamed. (2019). Trust in Government and Perceptions of Tax Compliance among Adolescents. *Journal of Advanced Research Design*.
- Tambun, S., & Ananda, N. A. (2022). Pengaruh kewajiban moral dan digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan Wajib Pajak dengan nasionalisme sebagai pemoderasi. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3158–3168. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.999>
- Tambun, S., & Handayani, P. R. (2022). The Effect of Financial Statement Integration and Accountability Characteristics on Taxpayer Compliance Moderated by Nationalism. *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 11(4), 165–171. <https://doi.org/https://doi.org/10.35335/ijosea.v11i4.69>
- Tambun, S., & Haryati, A. (2022). Moderasi Sikap Nasionalisme atas Pengaruh Moral Pajak terhadap Kesadaran Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 278–289. <https://doi.org/https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.278-289>
- Tambun, S., & Riandini, R. (2022). Dampak Tax Planning dan Digitalisasi Layanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dimoderasi oleh Nasionalisme. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2993–3004. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.909>
- Tambun, S., Sitorus, R. R., Mulyadi, M., & Saputri, I. A. (2022). Peran Besar Nasionalisme Terhadap Komitmen Menjadi Akuntan Tang Taat Pajak. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 26–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v6i2.1969>

- Tan, S. K., Mohd Salleh, M. F., & Md Kassim, A. A. (2019). The Mediating Effect of Ethical Perception on the Relationship between Tax Service and Tax Compliance Behavior Using Baron and Kenny and Bootstrapping Method. *Journal of Business Management and Accounting*. <https://doi.org/10.32890/jbma2019.9.2.3>
- Vehovar, A., Mumel, D., & Hauptman, L. (2018). A Conceptual Model of the Relationship between Personal Values and Personal Tax Culture Regarding the Perception of Tax System Fairness. *Naše Gospodarstvo/Our Economy*. <https://doi.org/10.2478/ngoe-2018-0005>
- Villca-Pozo, M., & Gonzales-Bustos, J. P. (2019). Tax incentives to modernize the energy efficiency of the housing in Spain. *Energy Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.01.031>
- Wisnubroto, K. (2020). Layanan Pajak di Masa Pandemi. *Portal Informasi Indonesia, Indonesia.Go.Id*, <https://indonesia.go.id/kategori/keuangan/2156/lay>.
- Wulan, M., Suhartini, T., & Syamsul Bahri, E. (2018). Analysis of the Influence of Tax Service, Tax Advertising, and Zakat Policy as a Reduction of Taxable Income to Tax Paying Compliance for Individual Taxpayers in the Tax Service Office Pratama Sawangan, Depok, West Java. *International Journal of Zakat*. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v3i1.69>
- Yunianti, L. N., Putri, N. K., Sudibyoy, Y. A., & Rafinda, A. (2019). The Influence of Awareness, Moral Obligations, Tax Access, Service Quality and Tax Sanctions on Taxpayer compliance in Paying Motor Vehicle Tax. *Journal of Accounting and Strategic Finance*. <https://doi.org/10.33005/jasf.v2i1.20>