

EVALUASI PENGGUNAAN APLIKASI E-SAMSAT NEW SAKPOLE DALAM PENERIMAAN PKB DITINJAU DARI ASPEK KEPERCAYAAN, KESADARAN DAN KEMUDAHAN DI SAMSAT SRAGEN

EVALUATION OF UTILIZATION E-SAMSAT NEW SAKPOLE APPLICATION ON RECEIVING PKB REVIEW FROM THE ASPECT OF TRUST, AWARENESS AND EASY TO USE IN SAMSAT SRAGEN

Nurul Sholihah Ekowati

Program Studi S2 Magister Manajemen, Universitas Dharma AUB Surakarta

nurulsholihah79@gmail.com

Siti Fatonah

Universitas Dharma AUB Surakarta

siti.fatonah@stie-aub.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris bagaimana peran kepercayaan, kesadaran, dan kemudahan terhadap penerimaan PKB dengan minat menggunakan e-samsat sebagai variabel mediasi. Data yang digunakan adalah data primer dengan mengambil sempel wajib pajak di Samsat Sragen sebanyak 125 wajib pajak. Metode analisis data diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji linieritas, uji partial (Uji t), uji serempak (Uji F), uji R square, dan uji analisa jalur.

Hasil Uji t kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan e-samsat. Kesadaran berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan e-samsat. Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan e-samsat. Kepercayaan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penerimaan PKB, kesadaran berpengaruh positif dan signifikan signifikan terhadap keputusan memilih. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan PKB. Minat menggunakan e-samsat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan PKB. Variabel penerimaan PKB dijelaskan oleh kepercayaan, kesadaran dan kemudahan dengan minat menggunakan e-samsat sebagai variabel interverning. Kesimpulan pengaruh langsung kepercayaan, kesadaran dan kemudahan terhadap penerimaan PKB lebih besar pengaruh langsung dari pada pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan penerimaan PKB memilih lebih baik menggunakan jalur secara langsung.

Kata Kunci : kepercayaan, kesadaran, kemudahan, minat menggunakan e-samsat, penerimaan PKB, analisis jalur

ABSTRACT

This purpose of this research is to determine and analyze empirically how the role of trust, awareness, and ease of acceptance of PKB with interest in using e-samsat as a mediating variable. The data used is primary data taken by 125 taxpayers in Samsat Sragen. Data analyzed with validity and reliability test, linearity test, partial test (t test), simultaneous test (F test), R-square test, and path analysis test.

T test result shows that: trust hasn't a significant affect to interest in using e-samsat, Awareness has a significant effect to interest in using e-samsat, easeness has a significant effect to interest in using e-samsat. Trust does not have a positive and insignificant effect on the acceptance of PKB, awareness has a positive and significant effect on the decision to choose. Price has a positive and significant effect on PKB acceptance. Interest in using e-samsat has no positive and significant effect on PKB acceptance. The variable of PKB acceptance is explained by trust, awareness and easeness with the interest in using e-samsat as an interverning variable. The conclusion is that the direct influence of trust, awareness

and easeness on the acceptance of PKB is greater than the direct effect of the indirect effect, so to increase the acceptance of PKB it is better to use the direct route.

Keywords: Trust, Awareness, Easeness, Interest In Using E-Samsat, Acceptance of PKB, Path Analysis

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 merupakan fase perkembangan teknologi yang mengubah cara beraktifitas manusia yang meliputi ruang lingkup, kompleksitas, dan transformasi. Revolusi industri 4.0 berperan menghubungkan manusia, mesin, alur kerja, serta sistem melalui jaringan pintar. Hal tersebut mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam memenuhi dan meningkatkan kebutuhan (Ardian, *et al.*, 2021). Dampak dari perkembangan teknologi pada revolusi industri 4.0 mendesak tata kelola pemerintahan ke arah yang penuh digitalisasi, inovasi, adaptif dan transparan. Oleh karena itu, sistem pemerintahan berevolusi menjadi *E-Government* (Napitupulu, *et al.*, 2020). *E-Government* adalah sistem digitalisasi yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses kelola pemerintahan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, transparansi, dan akuntabilitas penyelenggaraan pemerintahan. *E-Government* mendorong pemerintah pusat dan daerah untuk terus memberikan layanan prima (Gasova, 2017), berdasarkan hal tersebut pemerintah harus mampu menghadirkan sistem pelayanan digital untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern dan perkembangan zaman.

Beberapa penelitian evaluasi sistem layanan *E-Government* sebelumnya. Reema Aswani (2018) melakukan penelitian evaluasi sistem dengan menggunakan variabel *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Behavior Intention* (BI) dan *Usage* (U). Penelitian Daniel B., dkk (2012) menganalisa penerapan layanan *E-Government* dengan variable *trust* dan mediasi (*personal value*). Pada penelitiannya menintegrasikan kedua variable tersebut menggunakan metode TAM (*Technology Acceptance Model*) secara *online*. Kemudian Suryono (2021) menganalisis hubungan kualitas *website* yang berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan layanan *E-Government* milik Kementerian Ketenagakerjaan. Penelitian tersebut menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas *website* memiliki aspek paling besar terhadap konten *website*, sehingga mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan, dan kepercayaan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan layanan.

Study case E-Government dalam penelitian ini di Unit Pengelola Pendapatan Daerah (UPPD) / Sistem Administrasi Manunggal di Bawah Satu Atap (SAMSAT) Kabupaten Sragen karena sebagai wilayah yang memiliki objek pajak yang cukup banyak di Jawa Tengah yaitu 560.000 Unit (BAPENDA Jateng, 2021). Selain itu, target PKB yang selalu naik setiap tahunnya. UPPD/SAMSAT Kabupaten Sragen juga memiliki tunggakan yang mencapai 15,4 miliar di tahun 2021 (Solopos, 2021). Berikut data pendapatan *E-Government* melalui sistem E-SAMSAT khususnya pada aplikasi *New Sistem Administrasi Pajak Online* (Sakpole) di Kabupaten Sragen seperti Gambar 1.



Gambar 1 Grafik Jumlah pendapatan dengan aplikasi New Sakpole per tahun

Gambar 1 memberikan informasi penerimaan pajak bermotor melalui aplikasi New Sakpole oleh pengguna. Informasi tersebut menunjukkan pendapatan yang terus meningkat per tahunnya. Pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar Rp54.274.625; Oleh karena itu, penelitian ini melakukan proses evaluasi terhadap aplikasi New Sakpole. Aplikasi tersebut merupakan inovasi Badan Pengelola Pendapatan Daerah (Bapenda) Provinsi Jawa Tengah yang berisi informasi terkait dengan pembayaran pajak dan pengesahan STNK secara *online* yang berbasis *android*. Aplikasi ini berfungsi untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam membayar dan mendapatkan pengesahan pajak bermotor. Selain itu masyarakat dapat mengetahui informasi perihal kendaraan bermotor melalui perangkat *smartphone* (Budiman, 2021). Harapan penerapan aplikasi New Sakpole untuk dapat

meningkatkan penerimaan pajak kendaraan bermotor (PKB), sehingga aplikasi tersebut masih memerlukan pengembangan dari sisi fitur, kepercayaan, kesadaran, dan kemudahan pengguna.

Pada penelitian ini berfokus melakukan evaluasi terhadap E-Samsat New Sakpole dari sisi pengguna. Evaluasi tersebut berfungsi untuk menilai dan meninjau pelayanan digital pembayaran pajak pada instansi pemerintah daerah telah sesuai dengan tujuan dan kebutuhan masyarakat modern. Sistem evaluasi dalam penelitian ini menggunakan dua variable utama yaitu variable independen dan mediasi. Variable independen mencakup nilai kepercayaan (*trust*) dan niat. Sedangkan variabel mediasi terdiri dari nilai kemudahan dan kesadaran.

Tempat pelaksanaan evaluasi E-Samsat New Sakpole berada di UPPD/SAMSAT Kabupaten Sragen demi meningkatkan pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB) khususnya melalui transaksi layanan Aplikasi. Proses evaluasi sistem dalam penelitian ini dengan penyebaran kuisioner tentang layanan Aplikasi E-Samsat Jateng New Sakpole di lingkungan UPPD/SAMSAT Kabupaten Sragen. Kuisioner tersebut berfungsi untuk pengumpulan data variable independent dan mediasi. Pemrosesan data kuisioner tersebut menggunakan metode *Path Analyst*. Hasil metode *Path Analyst* akan menunjukkan respon pengguna dari aspek kepercayaan, kesadaran dan kemudahan baik pengaruhnya secara langsung maupun tidak langsung. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan pengembangan sistem di E-Samsat khususnya aplikasi New Sakpole.

HIPOTESIS

- H1 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan layanan e-samsat New Sakpole.
- H2 : Kesadaran berpengaruh signifikan terhadap minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan layanan e-samsat New Sakpole.
- H3 : Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan layanan e-samsat New Sakpole.
- H4 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB Samsat Sragen.
- H5 : Kesadaran berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB Samsat Sragen.
- H6 : Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB Samsat Sragen.
- H7 : Minat menggunakan layanan e-samsat New Sakpole berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB Samsat Sragen.

METODE

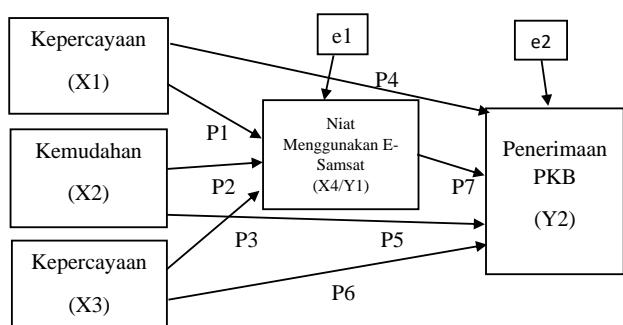
Penelitian ini menetapkan sampel sejumlah 125 orang wajib pajak kendaraan tahunan di SAMSAT Sragen. Dalam penelitian ini dilakukan beberapa uji seperti, uji validitas, uji reliabilitas, uji linieritas, analisis jalur, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Analisis jalur yaitu bentuk regresi berganda yang dikembangkan untuk memberikan perkiraan tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) dari hubungan kausalitas yang dihipotesiskan dalam seperangkat variabel. Hubungan kausalitas menggunakan analisis jalur dan intervening. Penelitian ini berfokus pada evaluasi penggunaan Aplikasi New Sakpole dengan minat menggunakan sebagai variabel intervening. Persamaan regresi dapat diketahui dengan membuat model persamaan menggunakan metode analisis regresi jalur (path regression analysis) sebagai berikut. Penelitian ini dilakukan di SAMSAT Sragen dengan sampel 125 wajib pajak kendaraan tahunan sebagai responden. Minat menggunakan layanan e-samsat New Sakpole berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB Samsat Sragen.

Metode analisis yang digunakan yaitu *Path Analysis* yang merupakan suatu metode yang mengkaji pengaruh (efek) langsung maupun tidak langsung dari variabel-variabel yang dihipotesiskan sebagai akibat pengaruh perlakuan terhadap variabel tersebut. Teknik ini digunakan untuk menguji hubungan kausal antara satu variabel dengan variabel lain yang dianggap masuk akal (*plausible*) dalam kondisi non-eksperimental (Muhidin, 2009).

Sedangkan model analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi linier berganda dengan pengolahan data menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Science*), sehingga didapatkan formulasi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Sedangkan Diagram Jalur Mediasi dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2 Diagram Jalur Mediasi

Dimana:

X_1 = Kepercayaan
 X_2 = Kemudahan
 X_3 = Kesadaran
 X_4/Y_1 = Minat Menggunakan E-Samsat
 Y_2 = Penerimaan PKB
 ρ_1, ρ_2, ρ_3 = Koefisien Jalur
 e_1, e_2 = Residual Eror

Berdasarkan model jalur mediasi di atas, diperoleh tiga koefisien jalur yaitu ρ_1, ρ_2, ρ_3 . Koefisien jalur (ρ) menggambarkan besarnya nilai hubungan antara 19 variabel-variabel yang diteliti, sehingga dapat diketahui hubungan antara variabel yang satu dengan lainnya. Sedangkan residual eror (e) berfungsi untuk menjelaskan adanya variabel lain diluar variabel bebas yang juga berpengaruh terhadap variabel terikat.

A. Membuat Persamaan Struktural

1. Pengaruh Langsung:

$$Y = P_1X_1 + P_3M + e_2$$

$$M = P_2X_1 + e_1$$

2. Pengaruh Tidak Langsung: Dengan menggunakan Uji Sobel

B. Menghitung Koefisien Jalur (ρ) masing-masing Sub Struktural

Menghitung koefisien jalur (ρ) masing-masing struktural dapat menggunakan bantuan perangkat lunak komputer program SPSS 2.4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel I
Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Hasil
Kepercayaan	X ₁ _1	0,69	0,229	Valid
	X ₁ _2	0,588	0,229	Valid
	X ₁ _3	0,561	0,229	Valid
	X ₁ _4	0,545	0,229	Valid
	X ₁ _5	0,678	0,229	Valid
	X ₁ _6	0,601	0,229	Valid
Kesadaran	X ₂ _1	0,638	0,229	Valid
	X ₂ _2	0,618	0,229	Valid
	X ₂ _3	0,591	0,229	Valid
	X ₂ _4	0,659	0,229	Valid
	X ₂ _5	0,613	0,229	Valid
	X ₂ _6	0,512	0,229	Valid
Kemudahan	X ₃ _1	0,506	0,229	Valid

	X ₃ _2	0,578	0,229	Valid
	X ₃ _3	0,577	0,229	Valid
	X ₃ _4	0,625	0,229	Valid
	X ₃ _5	0,392	0,229	Valid
Minat Menggunakan E-Samsat	X ₄ _1	0,627	0,229	Valid
	X ₄ _2	0,593	0,229	Valid
	X ₄ _3	0,587	0,229	Valid
	X ₄ _4	0,580	0,229	Valid
	X ₄ _5	0,544	0,229	Valid
	X ₄ _6	0,679	0,229	Valid
Penerimaan PKB	Y ₂ _1	0,584	0,229	Valid
	Y ₂ _2	0,315	0,229	Valid
	Y ₂ _3	0,564	0,229	Valid

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

Sesuatu kuisioner dikatakan valid (legal) bila statement pada sesuatu kuisioner sanggup buat mengatakan suatu yang hendak diukur oleh kuisioner tersebut. Buat uji validitas ini digunakan korelasi product moment ataupun yang diketahui dengan korelasi pearson. Sesuatu statement dikatakan valid bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta kebalikannya bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ hingga statement tersebut tidak valid. Dari informasi diatas dikenal ritem dari setiap statement lebih besar dari r_{tabel} , hingga penyataan dari 5 variabel diatas merupakan valid serta kuisioner legal digunakan dalam riset.

2. Uji Reliabilitas

Tabel II
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Kepercayaan	0,835	Reliabel
Kesadaran	0,832	Reliabel
Kemudahan	0,782	Reliabel
Minat Menggunakan e-Samsat	0,829	Reliabel
Penerimaan PKB	0,668	Reliabel

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

Tabel di atas bisa dikenal kalau nilai *Cronbach Alpha* dari segala variabel yang diujikan nilainya telah diatas 0,60, hingga bisa disimpulkan kalau segala variabel dalam evaluasi ini lolos dalam uji reliabilitas serta dinyatakan reliabel.

3. Uji Linieritas

Tabel III
Uji Linieritas
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,012 ^a	,000	-,033	1,07781821

a. Predictors: (Constant), Niat Menggunakan E Samsat, Kemudahan, Kepercayaan, Kesadaran

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

Dari hasil uji linieritas menunjukkan nilai R2 sebesar 0,000 dengan sampel 125, besarnya nilai c2 hitung = $125 \times 0,000 = 0,000$. Sedangkan nilai c2 tabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 152,094 nilai c2 hitung < c2 tabel jadi dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini adalah model linier.

4. Analisis Jalur

A. Analisis Jalan Persamaan Pertama

Hasil analisis jalan persamaan pertama awal

selaku berikut:

Tabel IV
Analisis Jalan Persamaan Pertama
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	2,185	,150	1,899	,060
	Kepercayaan	,122	,082	,129	,140
	Kemudahan	,199	,073	,223	,007
	Kesadaran	,582	,084	,546	,000

a. Dependent Variable: Niat Menggunakan E Samsat

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

Analisis jalur persamaan regresi awal merupakan selaku berikut:

$$Y_1 = 0,129 X_1 + 0,223 X_2 + 0,546 X_3 + c_1$$

Dari hasil persamaan regresi di atas, hingga bisa dipaparkan selaku berikut:

- β_1 = Nilai koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,129. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-samsat di Samsat Sragen, ini berarti bahwa apabila kepercayaan ditingkatkan, maka minat penggunaan e-samsat juga akan meningkat.
- β_2 = Nilai koefisien regresi kesadaran sebesar 0,223. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-samsat di Samsat Sragen, ini berarti bahwa apabila kesadaran ditingkatkan, maka minat penggunaan e-samsat juga akan meningkat.
- β_3 = Nilai koefisien regresi kemudahan sebesar 0,546. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-samsat di Samsat Sragen. Ini

berarti bahwa dapat dilihat dari sebuah kemudahan, maka minat penggunaan e-samsat akan meningkat.

B. Analisis Jalan Persamaan Kedua

Hasil analisis jalan persamaan kedua selaku berikut:

Tabel V
Analisis Jalur Persamaan Kedua

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	3,327	,892	3,729	,000
	Kepercayaan	,079	,063	,1241	,217
	Kemudahan	,117	,058	,2042	,043
	Kesadaran	,151	,076	,1,988	,049
	Niat Menggunakan E Samsat	,003	,069	,039	,969

a. Dependent Variable: Penerimaan PKB

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

Analisis jalan persamaan regresi kedua adalah selaku berikut:

$$Y_1 = 0,153 X_1 + 0,243 X_2 + 0,262 X_3 + 0,005 X_4 / Y_1 + c_2$$

Dari hasil persamaan regresi di atas, hingga bisa dipaparkan selaku berikut:

- β_1 = Nilai koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,153. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap penerimaan PKB di Samsat Sragen, ini berarti bahwa apabila kepercayaan wajib pajak ditingkatkan, maka penerimaan PKB juga akan meningkat.
- β_2 = Nilai koefisien regresi kesadaran sebesar 0,243. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran berpengaruh positif terhadap penerimaan PKB di Samsat Sragen, ini berarti bahwa apabila kesadaran ditingkatkan, maka penerimaan PKB di Samsat Sragen juga akan meningkat.
- β_3 = Nilai koefisien regresi kemudahan sebesar 0,262. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap penerimaan PKB di Samsat Sragen. Berarti bahwa dapat dari sebuah kemudahan, maka penerimaan PKB di Samsat Sragen akan meningkat.
- β_4 = Nilai koefisien regresi minat menggunakan e-samsat sebesar 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa minat menggunakan e-samsat berpengaruh positif terhadap penerimaan PKB di Samsat Sragen. Jadi, meningkatnya minat penggunaan e-samsat akan meningkatkan penerimaan PKB di Samsat Sragen.

1. Uji Hipotesis (t)

a. Uji t Persamaan Awal

Hasil olah data dengan Uji t Persamaan Pertama adalah sebagai berikut:

Tabel VI
Uji t Persamaan Pertama

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	2,185	1,150	1,899	,060
	Kepercayaan	,122	,082	,129	,140
	Kemudahan	,199	,073	,223	,007
	Kesadaran	,582	,084	,546	,000

a. Dependent Variable: Niat Menggunakan E Samsat

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

Dari Uji t pada persamaan pertama dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-samsat, sedangkan kemudahan dan kesadaran berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-samsat. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan masing-masing variabel $< 0,05$. Penjelasannya sebagai berikut :

a) Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan e-samsat. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yaitu $0,14 > 0,05$.

H1 : Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole (Hipotesis 1 tidak terbukti).

b) Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan e-samsat. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yaitu $0,007 < 0,05$

H2 : Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole (Hipotesis 2 terbukti).

c) Kesadaran berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan e-samsat. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$.

H3 : Kesadaran berpengaruh terhadap signifikan terhadap minat wajib pajak Samsat Sragen

menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole (Hipotesis 3 terbukti).

b. Uji t Persamaan Kedua

Hasil olah data uji t pada persamaan kedua disajikan pada Tabel VII sebagai berikut:

Tabel VII
Uji t Persamaan Kedua

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	3,327	,892	3,729	,000
	Kepercayaan	,079	,063	,153	,217
	Kemudahan	,117	,058	,243	,043
	Kesadaran	,151	,076	,262	,049
	Niat Menggunakan E Samsat	,003	,069	,005	,969

a. Dependent Variable: Penerimaan PKB

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

Dari Uji t pada persamaan pertama dapat disimpulkan bahwa kesadaran dan kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan PKB, sedangkan kepercayaan dan minat menggunakan e-samsat tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan masing-masing variabel $< 0,05$. Jadi kepercayaan dan minat menggunakan e-samsat berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap penerimaan PKB di Samsat Sragen. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

a) Kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap penerimaan PKB, dibuktikan dengan nilai signifikan yaitu $0,217 > 0,05$.

H4 : Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB di Samsat Sragen (Hipotesis 4 tidak terbukti).

b) Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan PKB, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yaitu $0,043 > 0,05$.

H5 : Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB di Samsat Sragen (Hipotesis 5 terbukti).

c) Kesadaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan PKB, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yaitu $0,049 < 0,05$.

H6 : Kesadaran berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB di Samsat Sragen (Hipotesis 6 terbukti).

d) Minat menggunakan e-samsat berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan memilih, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yaitu $0,969 > 0,05$.

H7 : Minat wajib pajak menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB di Samsat Sragen (Hipotesis 7 terbukti).

5. Uji F

a. Uji F Persamaan Awal

Hasil uji F dilihat pada tabel berikut:

Tabel VIII
Uji F Pertama

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	499,339	3	166,446	83,642
	Residual	240,789	121	1,990	
	Total	740,128	124		

a. Predictors: (Constant), Kesadaran, Kemudahan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Niat Menggunakan E Samsat

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

Hasil uji secara simultan (Uji F) pada persamaan pertama diketahui besarnya nilai $F = 83,642$ signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama bahwa kepercayaan, kemudahan dan kesadaran berpengaruh signifikan terhadap minat wajib pajak menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole.

b. Uji F Persamaan Kedua

Hasil uji F disajikan pada tabel berikut:

Tabel IX
Uji F Kedua

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	393,894	4	98,473	30,097
	Residual	392,618	120	3,272	
	Total	786,512	124		

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Promosi, Harga, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Memilih Fakultas

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

Hasil uji secara simultan (Uji F) pada persamaan pertama diketahui besarnya nilai $F = 16,574$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama

bahwa kepercayaan, kemudahan, kesadaran dan minat wajib pajak menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB Samsat Sragen.

c. Uji Determinasi (R^2)

1) Koefisien Determinasi Persamaan Pertama

Hasil uji koefisien determinasi persamaan awal dalam riset ini bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel X
Uji Determinasi Jalan Persamaan Pertama
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,821 ^a	,675	,667	1,411

a. Predictors: (Constant), Kesadaran, Kemudahan, Kepercayaan

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

Uji R^2 didapatkan hasil sebesar 0,508. Nilai koefisien determinasi total dalam riset ini diperoleh lewat =

$$e_1 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$= \sqrt{1 - 0,675}$$

$$= \sqrt{0,325}$$

$$= 0,57$$

2) Koefisien Determinasi Persamaan Kedua

Hasil uji koefisien determinasi persamaan kedua dalam riset ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel XI
Uji Determinasi Jalan Persamaan Kedua
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,597 ^a	,356	,334	1,078

a. Predictors: (Constant), Niat Menggunakan E Samsat, Kepercayaan, Kemudahan, Kesadaran

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

Uji R^2 didapatkan hasil sebesar 0,501. Nilai koefisien determinasi total dalam riset ini diperoleh lewat =

$$e_2 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$= \sqrt{1 - 0,356}$$

$$= \sqrt{0,644}$$

= 0,802

Maka nilai koefisien determinasi (R^2) =

$$R^2 = 1 - \{(e_1)^2 \times (e_2)^2\}$$

$$R^2 = 1 - \{(0,57)^2 \times (0,802)^2\}$$

$$R^2 = 1 - (0,325) \times (0,644)$$

$$R^2 = 1 - 0,2093$$

$$R^2 = 0,7907$$

$$= 79,07\%$$

Nilai R^2 square total sebesar 0,7907 yang artinya variabel penerimaan PKB dijelaskan oleh kepercayaan, kemudahan, dan kesadaran dengan sebagai variabel minat menggunakan e-samsat sebagai variabel interverning sebesar 79,07%.

7. Analisis Koefisien Korelasi

Tabel XII
Analisis Koefisien Korelasi

Correlations

		Kepercayaan	Kemudahan	Kesadaran	Niat Menggunakan E Samsat	Penerimaan PKB
Kepercayaan	Pearson Correlation	1	,745**	,722**	,689**	,527**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125
Kemudahan	Pearson Correlation	,745**	1	,681**	,691**	,539**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	125	125	125	125	125
Kesadaran	Pearson Correlation	,722**	,681**	1	,791**	,542**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	125	125	125	125	125
Niat Menggunakan E Samsat	Pearson Correlation	,689**	,691**	,791**	1	,485**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	125	125	125	125	125
Penerimaan PKB	Pearson Correlation	,527**	,539**	,542**	,485**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	125	125	125	125	125

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : informasi primer yang diolah, 2022

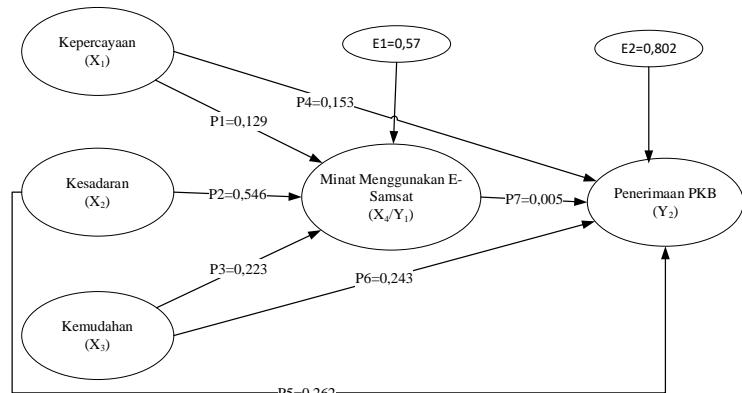
Berdasarkan table diatas bisa dikenal ikatan ataupun korelasi antar variabel selaku berikut:

- Kepercayaan dengan minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole adalah 0,689, dapat diartikan bahwa hubungan kepercayaan dengan minat menggunakan e-samsat kuat dan signifikan.
- Kesadaran dengan minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole adalah 0,791, dapat diartikan bahwa hubungan kesadaran dengan minat menggunakan e-samsat kuat dan signifikan.
- Kemudahan dengan minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole adalah 0,691, dapat diartikan bahwa hubungan kemudahan dengan minat menggunakan e-samsat kuat dan signifikan.

- Kepercayaan dengan penerimaan PKB di Samsat Sragen adalah 0,527, dapat diartikan bahwa hubungan kepercayaan dengan penerimaan PKB kategori sedang dan signifikan.
- Kesadaran dengan penerimaan PKB di Samsat Sragen adalah 0,542, dapat diartikan bahwa hubungan kesadaran dengan penerimaan PKB kategori sedang dan signifikan.
- Kemudahan dengan penerimaan PKB di Samsat Sragen adalah 0,539, dapat diartikan bahwa hubungan kemudahan dengan penerimaan PKB kategori sedang dan signifikan.
- Minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole dengan penerimaan PKB di Samsat Sragen adalah 0,485, dapat diartikan bahwa hubungan minat menggunakan e-samsat dengan penerimaan PKB kategori sedang dan signifikan.

8. Model Hasil

Bersumber pada hasil analisis yang sudah dijabarkan diatas, diperoleh kerangka pemikiran akhir ataupun model riset selaku berikut :



Gambar Hasil Akhir Kerangka Pikir Penelitian

Dari hasil kerangka akhir diatas dapat disimpulkan pengaruh langsung dan tidak langsung penelitian ini yaitu, pengaruh langsung kepercayaan, kesadaran dan kemudahan terhadap penerimaan PKB lebih besar pengaruh langsung dari pada pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan penerimaan PKB lebih baik menggunakan jalur secara langsung. Kemudian dari ketujuh hubungan antar variabel diatas, variabel intervening

minat menggunakan e-samsat dinilai tidak efektif terhadap penerimaan PKB karena memiliki nilai paling kecil.

JENIS PEKERJAAN	JUMLAH RESPONDEN	PERSENTASE
ASN/TNI/POLRI	38	30%
Pegawai Swasta	51	41%
Wiraswasta	12	10%
Pelajar/Mahasiswa	11	9%
Petani	3	2%
Ibu Rumah Tangga	3	2%
Pensiunan	2	2%
Lainnya	5	4%
Total	125	100%

PENUTUP

Kesimpulan

Bersumber pada penjelasan hasil analisis riset serta ulasan bisa ditarik kesimpulan selaku berikut:

1. Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole
2. Kesadaran berpengaruh signifikan terhadap minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole
4. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB Samsat Sragen.
5. Kesadaran berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB Samsat Sragen.
6. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB Samsat Sragen.
7. Minat wajib pajak Samsat Sragen menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB Samsat Sragen.
8. Hasil uji secara simultan (Uji F) pada persamaan pertama diketahui besarnya nilai $F = 83,642$ signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama bahwa kepercayaan, kemudahan dan kesadaran berpengaruh

signifikan terhadap minat wajib pajak menggunakan aplikasi e-samsat New Sakpole.

9. Dari hasil Uji Determinasian (R2), Nilai R2 square total sebesar 0, 7907 yang artinya variabel penerimaan PKB dijelaskan oleh kepercayaan, kemudahan, dan kesadaran dengan sebagai variabel minat menggunakan e-samsat sebagai variabel interverning sebesar 79,07%.
10. Pengaruh langsung kepercayaan, kesadaran dan kemudahan terhadap penerimaan PKB lebih besar pengaruh langsung dari pada pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan penerimaan PKB lebih baik menggunakan jalur secara langsung.
11. Variabel *intervening* minat menggunakan e-samsat dinilai tidak efektif sebagai variabel.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas dalam rangka peningkatan keputusan memilih fakultas, penulis mengajukan beberapa saran dalam memilih variabel yang menjadi skala prioritas guna meningkatkan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) di Samsat Sragen dapat diuraikan sebagai berikut :

Hasil analisis menunjukkan kesadaran dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-samsat, kemudian kesadaran dan kemudahan juga berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PKB. Berdasarkan hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung. Kemudian dalam penelitian ini, kesadaran lah yang memiliki pengaruh yang paling signifikan, artinya kesadaran langsung membuat masyarakat untuk patuh dan tidak menunggak dalam membayar pajak sehingga penerimaan PKB meningkat.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka aspek kesadaran ini perlu ditingkatkan, hal ini dapat dilakukan dengan cara:

- a. Sosialisasi secara masif baik media cetak, elektronik, secara langsung ataupun sosial media agar masyarakat sadar bahwa pajak kendaraan saat ini mudah dan dapat

dilakukan secara online (kapan saja dan dimana saja), jadi tidak ada lagi alasan bagi masyarakat untuk kesulitan membayar pajak.

b. Sosialisasi fungsi fitur-fitur yang tersedia di aplikasi New Sakpole yang memenuhi kebutuhan wajib pajak, agar aplikasi e-samsat ini menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat.

c. Memanfaatkan trend digitalisasi dengan menyasar usia dewasa awal untuk ikut menggunakan dan mensosialisasikan aplikasi New Sakpole.

DAFTAR PUSTAKA

Alotaibi, Raed et al (2016). Exploring the Potential Factors Influencing the Adoption of M-Government Services in Saudi Arabia: A Qualitative Analysis.

Aaker, D. (2011). *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of A Brand*. New York: The Free Press.

Adriwati. (2001). *Bunga Rampai Wacana Administrasi Publik: Menguang Peluang dan Tantangan Administrasi Publik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Affifatusholihah, L., & Salehatin, I. E. (2021). Analisis Variabel yang Mempengaruhi Minat Investasi Berbasis Aplikasi. 8(2).

Al-Hadidi, A. (2010). Adoption Diffusion of M-government: Challenges and Future Directions For Research Collaborative Network for a Sustainable World. 88-94.

Almaiah, M. A., & Nasreddin, Y. (2020). Factors Influencing the Adoption of E-government Services Among Jordanian Citizens. *Electronic Government an International Journal*, 16(3).

Almaiah, M. A., & Nasreddin, Y. (2020). Factors Influencing The Adoption of E-government Services Among Jordanian Citizens. *Electronic Government an International Journal*, 16.

Alotaibi, R., Houghton, L., & Sandhu, K. (2016). Exploring the Potential Factors Influencing the Adoption of M-Government Services in Saudi Arabia: A Qualitative Analysis. *International Journal of Business and Management*, 11(8).

Alsehri, M. (2011). Implementation of e-Government: *International Conference E-Activity and Leading Technology*.

Ambani, Z., Kutney-Lee, A., & Lake, E. T. (2020). The Nursing Practice Environment and Nurse Job Outcomes: A Path Analysis of Survey Data. *Journal of Clinical Nursing*, 29(13-14).

Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.

Ardian, Z., Bima, I., & Tamimi, R. (2021). Peluang Bisnis Dan Meningkatkan Karir Bidang Teknologi Informasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat INOTEC UUI*, 30.

Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ariyan, H. (2013). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, 2.

Arlan, T. R. (2006). *Brand Trust dalam Konteks Loyalitas: Peran Karakteristik, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Hubungan Pelanggan*. Bandung: Alfabeta.

Athiya, R. (2019). Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go-Food Terhadap Pendapatan Rumah Makan. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.

Baharudin, N. (2015). Target Cost Management (TCM): A Case Study of an Automotive Company. *Global Conference on Business & Social Science*, 172. Kuala Lumpur.

Bao, M. X., Cheng, X., & Smith, D. (2020). A Path Analysis Investigation of The Relationships Between CEO Pay Ratios and Firm Performance Mediated by Employee Satisfaction. *48*.

Barus, H., Amelia, S., Kamaliah, & Anisma, Y. (2016). Pengaruh Akses Pajak, Fasilitas, Sosialisasi Perpajakan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, *3*(1).

Belanche, D. (2012). Integrating trust and personal values into the Technology Acceptance Model: The case of e-government services adoption. *15*(4).

Budiman, F. (2021). “New Sakpole” Sebuah Alternatif Kebijakan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, *22*(1), 019-025.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *13*(3), 319-340.

Devano, S., & Rahayu, S. K. (2010). *Perpajakan : Konsep, Teori, dan Isu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Dewi, N. P., Diatmika, I. G., & Yasa, I. P. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Reformasi Administrasi Perpajakan, dan Persepsi tentang Sanksi Perpajakan terhadap Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Empiris pada Kantor Bersama Samsat Buleleng). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, *8*(2).

Fitriyani. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan Kemudahan Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Akuntansi (PRIMA)*, *1*(2).

Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.

Gasova, K. (2017). E-Government as a Quality Improvement Tool for Citizens’ Services. *TRANSCOM 2017: International scientific conference on sustainable, modern and safe transport*, *192*, hal. 225-230. Slovakia.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Partial Least Squares: Concepts, Methods and Applications using WarpPLS 4*. Diponegoro University Press.

Hair, F. J. (1998). *Multivariate Data Analysis (5th Edition)*. New Jersey: Pearson Education Limited.

Ida Ayu Agung, U. J., & Seminari, N. K. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *7*, 2621-2651.

Indrajit, R. E. (2002). *Electronic Government: Strategi Penmbangunan dan Pengembangan Sistem Pelayanan Publik berbasis Teknologi Digital*. Yogyakarta: Andi.

Isnaini, P., & Karim, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *PAY Jurnal Keuangan dan Perbankan*, *3*(1), 27-37.

Jasfar, F. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Jogiyanto, & Willy, A. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*.

Yogyakarta: BPFE Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.

Kassim, E. S. (2012). Information System Acceptance and User Satisfaction: The Mediating Role of Trust. *International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management*, (hal. 412-418). Selangor.

Kertajaya, H. (2010). *Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kusuma, D. M. (2015). Pengaruh Kepercayaan Masyarakat Jawa Timur Terhadap Tingkat Penerimaan Layanan Pajak Online E-Samsat Jatim. *3*(1).

Margino, S. (2006). Pelayanan Pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor Ditinjau Dari Penegakan Hukum Di Kantor Samsat Klaten.

Masita, N. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Biaya Kepatuhan, Akuntabilitas Pelayanan Publik, Tingkat Kepercayaan Terhadap Sistem Pemerintahan, dan Samsat Corner Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Samsat Denpasar. *1*(3).

Melita, R. N. (2016). Structural Equation Modelling Dengan Pendekatan Partial (Studi Kasus: Pengaruh Locus of Control, Self Efficacy, dan Lingkungan. *Prosiding Seminar Sains dan Teknologi FMIPA Unmul*, *1*. Samarinda.

Mustapha, B. (2015). Tax Service Quality: The Mediating Effect of Perceived Ease of Use oh the Online Tax System. *Global Conference on Business & Social Science*. Kuala Lumpur: Elsevier.

Napitupulu, D., Lubis, M. R., Erika, R., Putra, S. H., Saputra, S., Negara, E. S., & Simamata, J. (2020). *E-Government: Implementasi, Strategi dan Inovasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Niayah, & Danisya. (2022). Analisis Kontribusi Dan Efektivitas Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi Jawa Tengah. *SOSAINS: Jurnal Sosial dan Sains*, *2*(6), 731-736.

Park, H. J., & Choi, S. O. (2019). Digital Innovation Adoption and Its Economic Impact Focused on Path Analysis at National Level. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity (JOItmC)*, *5*(3).

Pradilla, L. T. (2022). Implementasi E-Government Pada Pelayanan E-Samsat Dalam Menciptakan Good Governance Pada Kantor Samsat Surabaya Timur. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, *11*(4).

Pradilla, L. T., & Priyadi, M. P. (2022). Implementasi E-Government Pada Pelayanan E-Samsat Dalam Menciptakan Good Governance Pada Kantor Samsat Surabaya Timur. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, *11*(4).

Purba, M., & Samsir. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Minat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *12*(1).

Rahmalia, L. P. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan).

Rofiq, A. (2007). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-commerce.

Safitri, D. (2017). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Persepsi Korupsi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kepercayaan Masyarakat sebagai Variabel Moderating. *Media Akuntansi Perpajakan*, *2*(2).

Sari, V. Y., & Susanti, N. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Di Unit Pelayanan Pendapatan Provinsi (UPPP) Kabupaten Seluma. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1).

Shen, H. (2021). Stock Market Mispricing and Firm Innovation Based on Path Analysis. 95.

Solopos. (2021, Mei 9). *75.309 Kendaraan di Sragen Nunggak Pajak, Totalnya Capai Rp15,4 Miliar*. (Solopos Digital Media) Dipetik Juni 26, 2022, dari Solopos.com: <https://www.solopos.com>

Sosiawan, E. A. (2008). Model Manajemen Komunikasi Front Office E-government Sebagai Media Pelayanan Publik (Studi Pada Situs Pemerintah Daerah Kota/kabupaten Di YOGYAKARTA). *Jurnal Ilmu Komunikasi UPNYK*, 6(2).

Stephen, R. P. (2008). *Perilaku Organisasi* (12th ed., Vol. II). Jakarta: Salemba 4.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhendro, Suhendro, S., Azis, A. D., & Zulma, G. W. (2021, September). Pengaruh Governance terhadap Penerimaan Pajak Daerah. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2).

Suryono, I. L. (2021). Hubungan Kualitas Website, Kepercayaan dan Niat Untuk Menggunakan Pada Penggunaan E-government : Studi Kasus Sistem Informasi Ketenagakerjaan (SISNAKER). 16(1).

Utami, N. M., & Kurniawan, P. S. (2020). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Sosialisasi E-Samsat Terhadap Penerimaan Masyarakat Menggunakan E-Samsat (Studi Empiris Masyarakat Kota Denpasar). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 11(3).

Walhidayah, S. (2017). Pengertian Kesadaran Manusia menurut Para Ahli dalam Ilmu Psikologi. *Jurnal Psikologi*.

Waluyo. (2011). *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Wardani, D. K. (2018). Pengaruh Program E-Samsat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Dengan Kepuasan Kualitas Pelayanan Sabagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika*, 15(2).

Wardani, D. K. (2018). Pengaruh Program E-Samsat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Dengan Kepuasan Kualitas Pelayanan Sabagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika*, 15(2).

Winasari, A. (2020). "Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran, Sanksi, Dan Sistem E-SAMSAT Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kabupaten Subang.(Studi Kasus Pada Kantor Samsat Subang). 1(1), 11-19.

Yasa, I. P., Kesawa, A. P., & Dewi, N. P. (2020). Kepatuhan Memediasi Pengaruh Kesadaran, Reformasi dan Persepsi atas Sanksi terhadap Penerimaan Pajak Daerah. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 5(1), 106-129.

Zaremohzzabieh, Z., Ismail, N., Ahrari, S., & Samah, A. A. (2021). *Journal of Business Research*.