

Kepatuhan Wajib Pajak Restoran dengan Moderasi Kesadaran dan Sanksi Pajak

Indah Hapsari

Program Studi Akuntansi, FEB Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya, Indonesia

Abstract. *This study aims to examine whether tax knowledge and tax service quality affect restaurant taxpayer compliance, with tax awareness and tax sanctions as moderating variables. Respondents in the study were 100 restaurant taxpayers in Surabaya. Through multiple linear regression test and absolute difference test, it is known that tax knowledge and tax service quality have a significant effect on restaurant taxpayer compliance. Furthermore, the tax awareness variable is able to strengthen the influence between tax knowledge and the quality of tax services on restaurant taxpayer compliance. Meanwhile, tax sanctions can also strengthen the influence between tax knowledge and restaurant taxpayer compliance, but cannot moderate the effect between tax service quality and restaurant taxpayer compliance. This indicates the importance of self-awareness as well as the existence of a punishment factor in motivating taxpayer compliance itself.*

Keywords. *Restaurant taxpayer compliance; Tax Awareness; Tax Sanctions.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengetahuan pajak dan kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak restoran, dengan kesadaran pajak dan sanksi pajak sebagai variabel moderasi. Responden dalam penelitian adalah 100 wajib pajak restoran yang terdapat di kota Surabaya. Melalui uji regresi linear berganda dan uji selisih mutlak, diketahui bahwa pengetahuan pajak dan kualitas pelayanan pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. Selanjutnya, variabel kesadaran pajak mampu memperkuat pengaruh antara pengetahuan pajak maupun kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak restoran. Sementara itu, sanksi pajak juga dapat memperkuat pengaruh antara pengetahuan pajak dengan kepatuhan wajib pajak restoran, namun tidak dapat memoderasi pengaruh antara kualitas pelayanan pajak dengan kepatuhan wajib pajak restoran. Hal ini mengindikasikan betapa pentingnya kesadaran diri sekaligus adanya faktor hukuman di dalam memotivasi kepatuhan wajib pajak itu sendiri.

Kata kunci. Kepatuhan wajib pajak restoran; Kesadaran Pajak; Sanksi Pajak.

Corresponding author. Email: indah.hapsari@perbanas.ac.id

How to cite this article. Hapsari, I. (2023), Kepatuhan Wajib Pajak Restoran dengan Moderasi Kesadaran dan Sanksi Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 11(2) 315-328.

History of article. Received: Juni 2023, Revision: Juli 2023, Published: Agustus 2023

Online ISSN: 2541-061X. Print ISSN: 2338-1507. DOI: 10.17509/jrak.v11i2.50646

Copyright©2023. Published by Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan. Program Studi Akuntansi. FPEB. UPI

PENDAHULUAN

Kepatuhan wajib pajak menggambarkan bagaimana perilaku wajib pajak di dalam segala kewajiban perpajakannya, termasuk di dalamnya perhitungan, penyeteroran, hingga penyampaian perpajakan. Dalam suatu lingkup pajak daerah, kepatuhan wajib pajak tentu sangat dibutuhkan guna meningkatkan pendapatan asli daerah, sehingga dapat mendorong kesejahteraan dan pembangunan daerah tersebut. Hal ini penting untuk menjadi perhatian pemerintah daerah, karena penerimaan yang bersumber dari pajak masih mendominasi sumber pendapatan, yang nantinya akan digunakan dalam pembiayaan APBD ke depannya. Pendapatan Asli Daerah

di Surabaya selalu dituntut meningkat per tahunnya. Pada 2019 hingga 2021, target PAD di Surabaya mencapai Rp 3,8 triliun hingga 4,2 triliun. Namun pada 2021, target PAD ini hanya terealisasi Rp 3,8 triliun. Meski demikian, target PAD 2022 tetap dinaikkan dengan kisaran Rp 4,7 triliun, yang menggambarkan betapa besarnya kebutuhan pendanaan pemerintah kota Surabaya untuk menutupi segala aktivitas pengeluarannya. Adapun sumber PAD ini berasal dari berbagai macam jenis pajak daerah, seperti PBB, BPHTB, hingga pajak restoran.

Berkenaan dengan pajak restoran, maka fenomena berkembangnya jumlah usaha kuliner seharusnya berdampak pada pemasukkan pajak tersebut. Ketua Asosiasi

Pengusaha Kafe dan Restoran Jatim menyebutkan bahwa usaha kuliner di Surabaya tumbuh 20% dengan dilatarbelakangi pengusaha milenial. Meski demikian, kontribusi realisasi pajak restoran pada 2019-2021 hanya sebesar Rp 400 miliar hingga 500 miliar, lebih kecil dibanding dengan jenis pajak daerah lainnya (bkkpd.surabaya.go.id). BPKPD (Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah) Surabaya masih menjarung dan melakukan pendataan restoran dan warung dengan omset tertentu, yang sudah sewajarnya menjadi wajib pajak restoran. Bahkan, Pemerintah masih mendapati kasus menunggaknya pajak restoran, dengan sanksi peringatan tanda silang pada tempat usahanya dan upaya penagihan beserta sanksi atas ketidaktaatan pembayaran pajak restoran. Oleh sebab itu, BPKPD Surabaya masih mengawasi para pemilik restoran untuk terus meningkatkan kepatuhan wajib pajak restoran. Pemerintah bahkan masih mencoba upaya pemasangan software yang menyeluruh bagi wajib pajak restoran, sehingga jejak transaksi dapat terekam pada pemerintah.

Pada dasarnya, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak restoran. Beberapa studi penelitian terdahulu, umumnya mengkaji faktor pengetahuan pajak, kualitas pelayanan pajak, hingga faktor kesadaran dan sanksi pajak, yang menjadi determinan para wajib pajak untuk bertindak patuh. Berdasarkan *planned of behaviour theory*, dorongan untuk berperilaku didasarkan pada suatu keyakinan, yang mana ditentukan pula dari faktor internal seperti pengetahuan pajak dan kesadaran pajak, serta faktor eksternal seperti kualitas pelayanan pajak dan sanksi pajak. Wijayanah dan Basuki (2022) menyebutkan bahwa *voluntary compliance* akan terwujud melalui pendekatan *enforcement paradigm*, *service paradigm*, dan *trust paradigm*.

Teori *planned behaviour* pada dasarnya merupakan perluasan dan pengembangan dari *theory of reasoned action*, dimana teori ini mengkorelasikan antara faktor keyakinan dengan perilaku, yang mana

dalam hal ini, sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subyektif (*subjective norm*), dan persepsi pengendalian atas perilaku akan secara bersama-sama membentuk niat individu dan perilaku individu itu sendiri atau *perceived behavioral control* (Ajzen, 1985). Ajzen (1991) juga mengungkapkan bahwa individu melakukan suatu perilaku sesuai sikap yang dimilikinya terhadap suatu perilaku, dan jika perilakunya dapat diterima oleh orang sekelilingnya sehingga menumbuhkan kesadaran terhadap lingkungan sosialnya. Adapun faktor pengendalian individu terhadap perilakunya perlu ditelaah dan dilaksanakan guna memahami perilakunya.

Pengetahuan pajak adalah informasi yang dimiliki wajib pajak mengenai aturan dasar ketentuan pajak yang berlaku. Penelitian Febtrina, Ahmad, dan Mustika (2022), Ghesiyah (2022), Supriyati dan Hapsari (2021), Masari dan Suartana (2019), Wibiyani dan Ardiyanto (2019), serta Sucandra dan Supadmi (2016) menyatakan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, penelitian Marilyn, Firmansyah, dan Trisnawati (2022), Sharini dan Asyik (2021), Yulia, dkk (2020), Tambun dan Muhtiar (2019), serta Fitriyaningsih, Sudarno, dan Kurrohman (2018) menyatakan bahwa pengetahuan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kualitas pelayanan pajak adalah persepsi wajib pajak mengenai pelayanan di dalam membantu dan melaksanakan kebutuhan pajak seseorang. Penelitian Dewi dan Pravitasari (2022), Ramadhanty dan Zulaikha (2020), Masari dan Suartana (2019), Mediawati (2018), serta Sucandra dan Supadmi (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, penelitian Bahri (2020), Safitri dan Silalahi (2020), Wibiyani dan Ardiyanto (2019), Zahrani dan Mildawati (2019), serta Supartini dan Barokah (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kesadaran pajak adalah kondisi dimana wajib pajak benar-benar memahami pentingnya pajak dan menjalankan kewajiban perpajakannya secara sukarela. Penelitian Ramadhan dan Laili (2022) mengungkapkan bahwa kesadaran pajak dapat memoderasi pengaruh antara pengetahuan pajak dengan kepatuhan wajib pajak. Sedangkan Studi Darmayasa, Pariani, dan Mandia (2022) menyatakan bahwa kesadaran pajak dapat memoderasi moral dan pemeriksaan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sanksi pajak adalah persepsi terhadap hukuman yang diberikan kepada wajib pajak ketika tidak mampu memenuhi kewajiban perpajakannya. Penelitian Yuesti (2022) serta Utami (2021) mengungkapkan bahwa sanksi pajak dapat memoderasi pengaruh antara pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Sedangkan Studi Astuti dan Panjaitan (2018) menyatakan bahwa sanksi pajak dapat memoderasi aspek moral dan demografi wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan fenomena dan riset gap dalam penelitian terdahulu, maka penelitian ini akan mengkaji pengaruh pengetahuan pajak dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak restoran di kota Surabaya, dengan kesadaran pajak dan sanksi pajak sebagai variabel moderasi.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Niat Wajib Pajak, khususnya wajib pajak restoran, untuk bertindak patuh terhadap kewajiban perpajakannya, didasarkan pada tiga pertimbangan, yakni: (1) sikap Wajib Pajak itu sendiri dalam kehidupan dan terkait pekerjaannya, (2) norma subyektif yang menumbuhkan kesadaran akan pentingnya kontribusi pajak restoran selaku pajak daerah dalam tatanan kehidupan dan pembangunan daerah, (3) persepsi positif atas kontrol perilaku Wajib Pajak restoran, dimana persepsi pengendalian dapat mempengaruhi individu untuk berperilaku.

Ketiga hal tersebut muncul melalui faktor internal dan eksternal Wajib Pajak. Faktor internal Wajib Pajak dapat berupa pengetahuan dan kesadaran wajib pajak,

sedangkan faktor eksternal Wajib Pajak dapat berasal dari lingkungan, sosial, dan hukum yang dalam penelitian ini tercermin pada kualitas pelayanan pajak dan sanksi pajak. Apabila Wajib Pajak memiliki pengetahuan dan pemahaman pajak, bahkan dikendalikan melalui sanksi pajak yang ada, maka akan semakin memperkuat sikap dan norma subyektif yang dimiliki untuk berperilaku patuh terhadap ketentuan pajak daerah yang berlaku.

Pengetahuan perpajakan merupakan informasi mengenai aturan dasar ketentuan pajak yang berlaku (Richardson, 2006). Ketika wajib pajak memiliki informasi lebih mengenai aturan dan pelaksanaan pajak restoran, maka hal ini akan membuat keyakinan tertentu pada diri wajib pajak, sehingga terbentuk niat dan perilaku untuk menghitung, membayar, hingga melaporkan pajak restorannya berdasarkan peraturan perpajakannya. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki oleh wajib pajak, maka akan semakin besar pula tingkat kepatuhannya. Penelitian Febtrina, Ahmad, dan Mustika (2022), Ghesiyah (2022), Supriyati dan Hapsari (2021), Masari dan Suartana (2019), Wibiyani dan Ardiyanto (2019), serta Sucandra dan Supadmi (2016) menyatakan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.

H1 : Pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak restoran

Kualitas pelayanan pajak merupakan persepsi wajib pajak atas para fiskus atau petugas pajak, hingga sarana dan atribut lain yang disediakan dalam rangka melayani dan membantu kebutuhan pajak seseorang. Ketika fiskus mampu memberikan layanan personil yang baik dan memadai, hingga menyediakan sarana dan teknologi yang melebihi ekspektasi wajib pajak dalam pelayanan kebutuhan dan administrasi perpajakan, maka hal ini akan membuat wajib pajak semakin nyaman di dalam melaksanakan kewajiban pajak restorannya. Pada saat personil pajak atau pegawai badan pengelolaan keuangan dan pajak daerah mampu memberikan pelayanan yang sigap dan sopan, dengan didukung sarana dan teknologi yang

memadai, maka bantuan-bantuan ini akan memotivasi wajib pajak restoran untuk berperilaku patuh, dimana muncul keinginan untuk membayar dan memenuhi segala kewajiban pajak restorannya. Hal positif yang terbentuk dari suatu kualitas pelayanan yang baik, akan membentuk niat dan perilaku untuk bertindak patuh. Penelitian Dewi dan Pravitasari (2022), Ramadhanty dan Zulaikha (2020), Masari dan Suartana (2019), Mediawati (2018), serta Sucandra dan Supadmi (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.

H2 : Kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak restoran

Kesadaran pajak adalah kondisi dimana wajib pajak benar-benar memahami pentingnya pajak restoran dan menjalankan kewajiban perpajakannya secara sukarela. Wajib pajak yang memiliki pengetahuan pajak, tentu akan semakin termotivasi untuk berperilaku patuh, tatkala dalam dirinya terdapat sikap sadar mengenai pentingnya pajak untuk pembangunan suatu daerah. Wajib pajak yang memiliki persepsi positif terhadap kualitas pelayanan pajak, tentu juga akan semakin terdorong untuk berperilaku patuh, tatkala dalam dirinya terdapat sikap sadar mengenai pentingnya pajak untuk kemajuan dan kesejahteraan suatu daerah. Faktor internal berupa kesadaran inilah, yang akan memperkuat keyakinan dalam diri wajib pajak, bahwa pengetahuan peraturan pajak tidak hanya untuk diketahui, namun juga harus dijalankan sesuai aturan dan realitanya, demi kepentingan pembangunan daerah. Ketika wajib pajak restoran mendapati dirinya memiliki informasi aturan pajak restoran yang cukup, bahkan ketika dirinya mendapatkan pelayanan pajak yang memuaskan dari petugas pajak, maka sikap untuk bertindak patuh dalam menjalankan kewajiban pajak restorannya akan semakin menguat pada saat dirinya menyadari betapa pentingnya keberadaan dan kontribusi dari pajak restorannya. Dalam hal ini, kesadaran akan semakin memperkuat pengaruh pengetahuan pajak dan kualitas

pelayanan pajak, terhadap kepatuhan wajib pajak restoran, dimana wajib pajak dengan kesadarannya akan menumbuhkan sikap patuh secara sukarela. Penelitian Ramadhan dan Laili (2022) mengungkapkan bahwa kesadaran pajak dapat memoderasi pengaruh antara pengetahuan pajak dengan kepatuhan wajib pajak.

H3 : Kesadaran pajak dapat memperkuat pengaruh antara pengetahuan pajak dan kepatuhan wajib pajak restoran.

H4 : Kesadaran pajak dapat memperkuat pengaruh antara kualitas pelayanan pajak dan kepatuhan wajib pajak restoran.

Sanksi pajak adalah persepsi atas hukuman yang diberikan kepada wajib pajak restoran ketika tidak mampu memenuhi kewajiban perpajakannya. Sanksi pajak merupakan pengendali atas perilaku wajib pajak, dimana sanksi pajak dapat menjadi pemacu wajib pajak yang memiliki pengetahuan pajak restoran yang memadai atau bahkan mendapati kualitas pelayanan pajak yang baik dari petugas pajak, untuk semakin bertindak patuh terkait kewajiban pajak restorannya. Sanksi pajak merupakan bagian faktor eksternal, dimana sanksi yang memberatkan dan dapat membuat efek jera akan memperkuat suatu keyakinan di dalam diri wajib pajak restoran, baik wajib pajak tersebut berpengetahuan pajak tinggi atau merasakan kualitas pelayanan yang memadai, untuk semakin berperilaku patuh di dalam segala aktivitas pemenuhan pajak restorannya. Penelitian Yuesti (2022) serta Utami (2021) mengungkapkan bahwa sanksi pajak dapat memoderasi pengaruh antara pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Selanjutnya, studi Astuti dan Panjaitan (2018) menyatakan bahwa sanksi pajak dapat memoderasi aspek moral dan demografi wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

H5 : Sanksi pajak dapat memperkuat pengaruh antara pengetahuan pajak dan kepatuhan wajib pajak restoran.

H6 : Sanksi pajak dapat memperkuat pengaruh antara kualitas pelayanan pajak dan kepatuhan wajib pajak restoran.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer. Penelitian menggunakan populasi wajib pajak restoran yang nomor objek pajaknya diumumkan dalam situs BPKPD Surabaya. Adapun jumlah wajib pajak restoran di Surabaya adalah 3.717, dengan demikian, didapatkan sampel 100 responden melalui rumus slovin. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling, yakni wajib pajak restoran di Kota Surabaya yang menjalankan usahanya min.1 tahun. Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah teknik survey, melalui penyebaran kuesioner. Jumlah sampel responden = $3.717 : (1 + 3.717 \times 0,12) = 97,38 \approx 100$

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan pajak dan kualitas pelayanan pajak. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah kesadaran pajak dan sanksi pajak. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak restoran.

Pengetahuan pajak adalah informasi yang diketahui dan dimiliki wajib pajak mengenai aturan dasar ketentuan pajak yang berlaku, yang dalam hal ini berkenaan dengan pajak restoran. Pajak restoran dalam lingkup Surabaya diatur melalui Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah. Pengetahuan pajak memiliki 5 butir pernyataan kuesioner dengan 4 skala likert, yang diukur melalui indikator tarif, pengisian surat pemberitahuan pajak daerah (SPTPD), batas maksimal penyeteroran pajak restoran, mekanisme perhitungan, dan sanksi bagi yang tidak melakukan kewajiban pajak restoran.

Kualitas pelayanan pajak merupakan persepsi wajib pajak atas para fiskus atau petugas pajak, hingga sarana dan atribut lain yang disediakan dalam rangka melayani dan membantu kebutuhan pajak seseorang. Kualitas pelayanan pajak memiliki 5 butir pernyataan kuesioner dengan 4 skala likert, yang diukur melalui indikator petugas yang tanggap, perilaku ramah dan sopan, sarana dan prasarana pelayanan yang memadai,

teknologi informasi, dan mekanisme pembayaran yang efisien.

Kesadaran pajak adalah kondisi dimana wajib pajak memahami pentingnya pajak restoran dan menjalankan kewajiban perpajakannya secara sukarela. Kesadaran pajak memiliki 4 butir pernyataan kuesioner dengan 4 skala likert, yang diukur melalui indikator kesesuaian pajak restoran dengan omsetnya, manfaat pajak restoran, dampak dari ketidaksesuaian pembayaran, dampak penunggakan/keengganan membayar pajak restoran.

Sanksi pajak adalah persepsi atas hukuman yang diberikan kepada wajib pajak restoran ketika tidak mampu memenuhi kewajiban perpajakannya. Sanksi pajak memiliki 4 butir pernyataan kuesioner dengan 4 skala likert, yang diukur melalui indikator beratnya sanksi, sanksi sebagai sarana pendidikan wajib pajak, besaran sanksi yang diberikan, dan penerapan sanksi tanpa toleransi.

Kepatuhan wajib pajak restoran adalah perilaku wajib pajak restoran terkait pelaksanaan kewajiban pajak restorannya. Kepatuhan wajib pajak restoran memiliki 6 butir pernyataan kuesioner dengan 4 skala likert, yang diukur melalui indikator pemenuhan kewajiban pajak, tunggakan pajak restoran, ketepatan waktu pembayaran pajak restoran, kelengkapan data persyaratan pembayaran dan pelaporan, penyampaian pemberitahuan pajak, dan sikap terhadap pelanggaran pajak.

Penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda dan uji selisih mutlak. Uji regresi linear berganda atau yang terdapat dalam persamaan regresi I (PRg.I) dilakukan untuk menguji hipotesis pertama dan kedua. Sementara itu, uji selisih mutlak atau yang terdapat dalam persamaan selisih mutlak I-IV (PSM.I, PSM.II, PSM.III, dan PSM.IV) dilakukan untuk menguji efek moderasi pada hipotesis ketiga hingga keenam. Adapun persamaan regresi dan selisih mutlak adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots \dots \dots \text{(PRg.I)}$$

$$Y = a + b_3ZX1 + b_4ZXM1 + b_5AbsX1XM1 \text{ (PSM. I)}$$

$$Y = a + b_6ZX2 + b_7ZXM1 + b_8 AbsX2XM1 \text{ (PSM. II)}$$

$$Y = a + b_9ZX1 + b_{10}ZXM2 + b_{11} AbsX1XM2 \text{ (PSM. III)}$$

$$Y = a + b_{12}ZX2 + b_{13}ZXM2 + b_{14} AbsX2XM2 \text{ (PSM. IV)}$$

ZXM2 = Zscore sanksi pajak (variabel moderasi kedua)

AbsX1XM1 = interaksi pengetahuan pajak dan kesadaran pajak, dengan selisih mutlak

AbsX2XM1 = interaksi kualitas pelayanan pajak dan kesadaran pajak, dengan selisih mutlak

AbsX1XM2 = interaksi pengetahuan pajak dan sanksi pajak, dengan selisih mutlak

AbsX2XM2 = interaksi kualitas pelayanan pajak dan sanksi pajak, dengan selisih mutlak

Keterangan :

Y = kepatuhan wajib pajak restoran

a = konstanta

b1-b14 = koefisien regresi

X1 = pengetahuan pajak

X2 = kualitas pelayanan pajak

ZX1 = Zscore pengetahuan pajak

ZX2 = Zscore kualitas pelayanan pajak

ZXM1 = Zscore kesadaran pajak (variabel moderasi pertama)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap 100 responden wajib pajak restoran di Surabaya. Kuesioner memiliki total 24 item pernyataan. Adapun uji validitas dan reliabilitas terhadap isi kuesioner adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan	Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
X1.1	0,445	0,1966	Valid	XM1.3	0,416	0,1966	Valid
X1.2	0,493	0,1966	Valid	XM1.4	0,533	0,1966	Valid
X1.3	0,418	0,1966	Valid	XM2.1	0,337	0,1966	Valid
X1.4	0,356	0,1966	Valid	XM2.2	0,24	0,1966	Valid
X1.5	0,343	0,1966	Valid	XM2.3	0,414	0,1966	Valid
X2.1	0,677	0,1966	Valid	XM2.4	0,323	0,1966	Valid
X2.2	0,543	0,1966	Valid	Y1.1	0,704	0,1966	Valid
X2.3	0,296	0,1966	Valid	Y1.2	0,678	0,1966	Valid
X2.4	0,346	0,1966	Valid	Y1.3	0,661	0,1966	Valid
X2.5	0,245	0,1966	Valid	Y1.4	0,283	0,1966	Valid
XM1.1	0,678	0,1966	Valid	Y1.5	0,706	0,1966	Valid
XM1.2	0,455	0,1966	Valid	Y1.6	0,598	0,1966	Valid

Sumber : Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 1 di atas, terlihat bahwa seluruh nilai r hitung dari setiap pernyataan yang memproksikan variabel independen, variabel moderasi, maupun variabel dependen, adalah lebih besar

daripada nilai r tabel (df=98, alpha 5%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini tergolong valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,883	0,884	24

Sumber : Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 2 di atas, terlihat bahwa nilai Cronbach Alpha sebesar $0,883 > 0,70$. Hal ini mencerminkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Adapun ringkasan hasil uji asumsi klasik pada persamaan regresi linear berganda, terangkum dalam tabel berikut ini.

Tabel 3. Hasil Ringkasan Uji Asumsi Klasik

Keterangan	Nilai
Uji Normalitas : Assymp.sig (2-tailed)	0,200
Uji Multikolinearitas : Tolerance & VIF	
X1	0,962 & 1,040
X2	0,962 & 1,040
Uji Autokorelasi : Durbin Watson	1,721

Sumber : Data yang diolah (2022)

Tabel 3 menyajikan ringkasan dari hasil uji asumsi klasik pada persamaan regresi linear berganda. Pada pengujian normalitas melalui uji kolmogorov-smirnov, diketahui bahwa nilai assymp.sig (2-tailed) adalah $0,200 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data dalam penelitian ini telah terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas. Kemudian, pada uji

mutikolinearitas, nilai tolerance variabel pengetahuan pajak dan kualitas pelayanan pajak masing lebih besar dari 0,1, serta nilai VIF kedua variabel tersebut kurang dari 10, sehingga dapat dikatakan bahwa asumsi multikolinearitas telah terpenuhi. Adapun nilai durbin Watson sebesar 1,721 dan memenuhi autokorelasi.

Tabel 4. Hasil Ringkasan Uji Regresi Linear Berganda

Keterangan	Nilai
Nilai signifikansi F	0,000
Koefisien Determinasi	0,598
Nilai signifikansi X1	0,000
Nilai beta X1	0,356
Nilai signifikansi X2	0,000
Nilai beta X2	0,688

Sumber : Data yang diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada Tabel 4, nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,005$, yang berarti model persamaan pada uji regresi ini tergolong fit. Selanjutnya, koefisien determinasi senilai 0,598 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan pajak dan kualitas pelayanan pajak dapat menjelaskan variabel kepatuhan wajib pajak restoran sebesar 59,8%.

Nilai signifikansi X1 atau variabel pengetahuan pajak sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 5%. Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan pengetahuan pajak berpengaruh terhadap

kepatuhan wajib pajak restoran, diterima. Variabel pengetahuan pajak ini juga memiliki arah koefisien beta positif, sehingga semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki oleh wajib pajak maka semakin besar tingkat kepatuhan wajib pajak tersebut.

Hasil penelitian ini mengonfirmasi teori planned behaviour, dimana pengetahuan terkait pajak restoran (seperti mekanisme perhitungan, penyetoran, hingga jangka waktu penyelesaian kewajiban pajak restoran) akan membentuk sikap perilaku untuk melaksanakan pemenuhan pajak restorannya. Wajib pajak yang berpengetahuan lebih dan

komprehensif, maka akan memiliki keyakinan penuh untuk segera menyelesaikan kewajiban perpajakannya. Dengan demikian, semakin besar pengetahuan pajaknya maka akan membuat wajib pajak restoran untuk berperilaku patuh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Febtrina, Ahmad, dan Mustika (2022), Ghesiyah (2022), Supriyati dan Hapsari (2021), Masari dan Suartana (2019), Wibiyani dan Ardiyanto (2019), serta Sucandra dan Supadmi (2016), yang mengungkapkan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Marilyn, Firmansyah, dan Trisnawati (2022), Sharini dan Asyik (2021), Yulia, dkk (2020), Tambun dan Muhtiar (2019), serta Fitrianiingsih, Sudarno, dan Kurrohman (2018), yang menyebutkan bahwa pengetahuan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Nilai signifikansi X² atau variabel pengetahuan pajak sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 5%. Hal ini menerangkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak restoran, diterima. Variabel kualitas pelayanan pajak ini juga memiliki arah koefisien beta yang positif, sehingga semakin baik kualitas pelayanan pajaknya maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak restoran.

Hasil penelitian ini senada dengan teori *planned behaviour*, dimana kualitas pelayanan yang bagus (seperti sikap petugas pajak, sarana hingga teknologi yang memadai) akan membuat wajib pajak restoran semakin nyaman dan terbentuk keyakinan bahwa administrasi pajak restoran cukup mudah, efektif, dan efisien karena terbantu dengan pelayanannya. Hal ini akan mempengaruhi sikap perilaku dalam melaksanakan penyelesaian pajak restorannya. Oleh sebab itu, semakin baik dan memadai kualitas pelayanan pajaknya maka akan semakin membuat wajib pajak restoran untuk berperilaku patuh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Pravitasari (2022), Ramadhanty dan Zulaikha (2020), Masari dan Suartana (2019), Mediawati (2018), serta Sucandra dan Supadmi (2016), yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Sementara itu, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Bahri (2020), Safitri dan Silalahi (2020), Wibiyani dan Ardiyanto (2019), Zahrani dan Mildawati (2019), serta Supartini dan Barokah (2018), yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak.

Tabel 5. Hasil Ringkasan Uji Selisih Mutlak Persamaan I

Keterangan	Nilai
Nilai signifikansi F	0,000
Nilai tolerance dan VIF dari efek moderasi	0,911 & 1,098
Nilai signifikansi dari efek moderasi	0,021
Nilai beta dari efek moderasi	0,470

Sumber : Data yang diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji selisih mutlak Persamaan pertama pada Tabel 5, nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,005$, yang berarti model persamaan pada uji ini tergolong fit. Selanjutnya, nilai tolerance pada efek moderasi sebesar $0,911 > 0,1$ dengan nilai VIF sebesar $1,098 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan

antar variabel yang muncul akibat efek moderasi dari variabel kesadaran pajak dengan variabel pengetahuan pajak (terbebas dari multikolinearitas).

Adapun nilai signifikansi dari efek moderasi senilai $0,021 < \alpha 5\%$, dengan arah koefisien beta yang positif. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan

bahwa kesadaran pajak dapat memperkuat pengaruh antara pengetahuan pajak dan kepatuhan wajib pajak restoran, diterima. Hal ini menggambarkan bahwa ketika wajib pajak memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai aturan dan mekanisme pajak restoran, maka dengan diikuti kesadaran pajak yang tinggi akan semakin mendorong wajib pajak untuk berperilaku patuh. Kesadaran mengenai pentingnya kejujuran dalam perpajakan hingga pentingnya kontribusi pajak restoran, akan semakin memperkuat tanggung jawab wajib pajak dalam pelaksanaan kewajiban

perpajakannya. Pengetahuan pajak mungkin cukup untuk menggerakkan perilaku taat wajib pajak, namun melalui latar belakang kesadaran perpajakan yang tinggi, tentu akan membentuk keyakinan yang positif sehingga semakin memotivasi kepatuhan wajib pajak restoran. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Penelitian Ramadhan dan Laili (2022) yang menyimpulkan bahwa kesadaran pajak dapat memoderasi pengaruh antara pengetahuan pajak dengan kepatuhan wajib pajak.

Tabel 6. Hasil Ringkasan Uji Selisih Mutlak Persamaan II

Keterangan	Nilai
Nilai signifikansi F	0,000
Nilai tolerance dan VIF dari efek moderasi	0,805 & 1,242
Nilai signifikansi dari efek moderasi	0,045
Nilai beta dari efek moderasi	0,258

Sumber : Data yang diolah (2022)

Berdasar pada hasil uji selisih mutlak Persamaan kedua di Tabel 6, nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,005$, yang artinya model persamaan pada uji selisih mutlak ini termasuk fit. Berikutnya, nilai tolerance dari efek moderasi sebesar $0,805 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,242 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antar variabel yang muncul dari efek moderasi antara variabel kesadaran pajak dengan variabel kualitas pelayanan pajak (memenuhi multikolinearitas).

Adapun nilai signifikansi dari efek moderasi sebesar $0,045 < \alpha 5\%$, dengan arah koefisien beta positif. Oleh sebab itu, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa kesadaran pajak dapat memperkuat pengaruh antara kualitas pelayanan pajak dan kepatuhan wajib pajak restoran, diterima. Hal ini

mengindikasikan bahwa ketika wajib pajak puas terhadap pelayanan pajak yang ada, maka ditambah dengan adanya kesadaran pajak yang tinggi akan semakin memotivasi wajib pajak untuk bertindak patuh. Kualitas pelayanan merupakan bagian dari faktor eksternal, dimana apabila lingkungan perpajakannya memadai, maka akan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Meski demikian, sebaik-baik persepsi atas layanan petugas pajak hingga sarana dan teknologi yang membantu, maka akan semakin kuat tergerak dalam pemenuhan kewajiban perpajakan apabila tertanam sikap sadar dalam diri wajib pajak. Oleh sebab itu, adanya kesadaran pajak yang tinggi akan semakin memperkuat pengaruh antara kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.

Tabel 7. Hasil Ringkasan Uji Selisih Mutlak Persamaan III

Keterangan	Nilai
Nilai signifikansi F	0,000
Nilai tolerance dan VIF dari efek moderasi	0,965 & 1,037
Nilai signifikansi dari efek moderasi	0,010
Nilai beta dari efek moderasi	0,774

Sumber : Data yang diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji selisih mutlak Persamaan pertama pada Tabel 7, nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,005$, yang bermakna model persamaan pada uji ini tergolong fit. Kemudian, nilai tolerance pada efek moderasi sebesar $0,965 > 0,1$ dengan nilai VIF sebesar $1,037 < 10$, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antar variabel yang muncul akibat efek moderasi dari variabel sanksi pajak dengan variabel pengetahuan pajak (terbebas dari multikolinearitas).

Adapun nilai signifikansi dari efek moderasi senilai $0,010 < \alpha 5\%$, dengan arah koefisien beta yang positif. Dengan demikian, hipotesis kelima yang menyebutkan bahwa sanksi pajak dapat memperkuat pengaruh antara pengetahuan pajak dan kepatuhan wajib pajak restoran, diterima. Hal ini mencerminkan bahwa wajib pajak dengan pengetahuan pajak restoran yang tinggi akan

semakin terdorong untuk melaksanakan kewajiban pajaknya secara patuh apabila dikendalikan oleh faktor eksternal berupa sanksi pajak. Sanksi pajak akan menjadi kontrol perilaku bagi wajib pajak, sehingga pengetahuan pajak yang ada tidak akan disalahgunakan karena adanya sanksi bagi pelanggaran pajak restoran. Pengetahuan pajak cenderung dapat menggerakkan perilaku patuh wajib pajak, namun melalui keberadaan pengenaan sanksi, maka akan semakin memperkuat keyakinan sekaligus kontrol yang membuat wajib pajak restoran untuk menghindari kesalahan dalam perhitungan, penyetoran, dan penyampaian pajak restorannya. Hasil penelitian ini tidak senada dengan hasil penelitian Yuesti (2022) serta Utami (2021), yang menyimpulkan bahwa sanksi pajak dapat memoderasi pengaruh antara pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Tabel 8. Hasil Ringkasan Uji Selisih Mutlak Persamaan IV

Keterangan	Nilai
Nilai signifikansi F	0,000
Nilai tolerance dan VIF dari efek moderasi	0,806 & 1,241
Nilai signifikansi dari efek moderasi	0,549
Nilai beta dari efek moderasi	0,183

Sumber : Data yang diolah (2022)

Berdasar pada hasil uji selisih mutlak Persamaan kedua di Tabel 8, nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,005$, yang maknanya model persamaan pada uji selisih mutlak ini termasuk fit. Selanjutnya, nilai tolerance dari efek moderasi sebesar $0,806 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,241 < 10$, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak ada hubungan antar variabel yang muncul dari efek moderasi antara variabel sanksi pajak dengan variabel kualitas pelayanan pajak (memenuhi multikolinearitas).

Adapun nilai signifikansi dari efek moderasi sebesar $0,549 > \alpha 5\%$, dengan arah koefisien beta positif. Mengingat besaran nilai signifikansi di atas $0,05$, maka hipotesis keenam yang menyatakan bahwa sanksi pajak dapat memperkuat pengaruh antara kualitas pelayanan pajak dan kepatuhan wajib pajak restoran, ditolak. Sanksi pajak mungkin dapat

memperkuat faktor internal diri wajib pajak dalam bertindak patuh. Meski demikian, hasil penelitian ini tidak mendukung keberadaan sanksi pajak untuk memperkuat faktor eksternal (kualitas pelayanan pajak) terhadap kepatuhan wajib pajak. Ketika keyakinan dipengaruhi dari sumber-sumber eksternal saja tanpa proses internalisasi diri, maka secara bersamaan belum mampu mempengaruhi kepatuhan wajib pajak itu sendiri. Harus terdapat hal-hal dan pertimbangan dalam diri wajib pajak sendiri yang mendominasi keputusan untuk kemudian mengambil sikap patuh. Hasil penelitian ini tidak selaras dengan hasil Studi Astuti dan Panjaitan (2018), yang menggambarkan bagaimana sanksi pajak dapat memoderasi aspek moral dan demografi wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

SIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh pengetahuan pajak dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak restoran, dengan kesadaran pajak dan sanksi pajak sebagai variabel pemoderasi. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa : (1) Pengetahuan pajak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak restoran ; (2) Kualitas pelayanan pajak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak restoran ; (3) Kesadaran pajak dapat memperkuat pengaruh antara pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak restoran ; (4) Kesadaran pajak dapat memperkuat pengaruh antara kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak restoran ; (5) Sanksi pajak dapat memperkuat pengaruh antara pengetahuan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak restoran ; (6) Sanksi pajak tidak dapat memperkuat pengaruh antara kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak restoran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. *Action Control*, 11–39.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211
- Astuti, T., dan Panjaitan, I. (2018). Pengaruh Moral Wajib Pajak dan Demografi Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dengan Sanksi Perpajakan sebagai Pemoderasi. *Media Akuntansi Perpajakan*, 3(1), 58-73
- Bahri, S. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 20(1), 1-15
- Darmayasa, I.N., Pariani, P.A.R., dan Mandia, I.N. (2022). Moderasi Kesadaran Pajak

Koefisien determinasi dalam penelitian ini memberikan pengertian lain bahwa masih terdapat 40,2% variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel keperilakuan lainnya yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak, dan memperbanyak responden penelitian dalam cakupan peraturan pajak daerah di tingkat yang sama. Selanjutnya, mengingat bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sanksi pajak tidak berperan ketika faktor internal wajib pajak tidak muncul, maka perlu diadakan evaluasi terhadap sanksi pajak restoran yang berlaku di Surabaya, sehingga tidak ada lagi alasan untuk mengurangi atau menghindari kepatuhan wajib pajak itu sendiri.

- pada Moral Pajak, Pemeriksaan dan Sanksi Terhadap Kepatuhan UMKM. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara (PKN)*, 3(2), 316-330
- Dewi, W.D.M., dan Pravitasari, D. (2022). Pengaruh kualitas Pelayanan, Pemeriksaan Pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran di Kota Blitar. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan, dan Akuntansi*, 10(1), 37-48
- Febtrina, A., Ahmad, A.W., dan Mustika, R. (2022). Pengaruh Pelaksanaan Self Assesment System, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran di Kota Padang. *Jurnal Akuntansi, Bisnis, dan Ekonomi Indonesia*, 1(1), 15-24
- Fitrianiingsih, F., Sudarno, S., Kurrohman, T. (2018). Analisis Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Denda Terhadap Kepatuhan

- Wajib Pajak dalam membayar Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan di Kota Pasuruan. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 5(1), 100-104
- Ghesiyah, G. (2022). Pengaruh Pengetahuan dan Lingkungan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), 165-178
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro
- Marilyn, Firmansyah, A., dan Trisnawati, E. (2022). Peran Moderasi Teknologi Informasi dalam Hubungan Antara Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, dan Kepatuhan Pajak. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 6(1), 143-151
- Masari, N.M.G., dan Suartana, I.W. (2019). Effect of Tax Knowledge, Services Quality, Tax Examination, and Technology of Compliance Regional Tax Mandatory. *International Research Journal of Management, IT, and Social Science*, 6(5), 175-183
- Mediawati, N.N.K. (2018). Kesadaran Persepsi Tentang Keadilan dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga*, 28(2), 117-127
- Ramadhan, M.S., dan Laili, R. (2022). Analisis Determinan yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan di Kabupaten Dompu dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(1), 1-22
- Ramadhanty, A., dan Zulaikha. (2020). Pengaruh Pemahaman Tentang Perpajakan, Kualitas Pelayanan Fiskus, Sistem Transparansi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(2), 1-12
- Richardson, G. (2006). The Impact of Tax Fairness Dimension on Tax Compliance Behaviour in an Asian Jurisdiction: The Case of Hongkong. *The International Tax Journal*, 32(1), 29-42
- Safitri, D., dan Silalahi, S.P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Fiskus, Pemahaman Peraturan Perpajakan, dan Penerapan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak: Sosialisasi Perpajakan Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 20(02), 145-153
- Sharini, N.A., dan Asyik, N.F. (2021). Pengaruh Penerapan E-Filling dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 10(2), 1-20
- Sucandra, I.P., dan Supadmi, N.L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pemeriksaan Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Restoran. *E-Jurnal Akuntansi*, 16(2), 1210-1237
- Supartini, dan Barokah, S. (2018). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Layanan Otoritas Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang Dimoderasi Oleh Religiusitas. *Media Akuntansi Perpajakan*, 3(2), 30-39
- Supriyati, dan Hapsari, I. (2021). Tax Avoidance, Tax Incentives, and Tax Compliance During The Covid-19 Pandemic : Individual Knowledge Perspectives. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 4(2), 222-241
- Surabaya. (2011). *Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah*
- Tambun, S., dan Muhtiar, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Penerapan e-system Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak yang Dimoderasi Oleh Technology Acceptance Model. *Media Akuntansi Perpajakan*, 4(1), 1-15
- Utami, A.W.P. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Sanksi Perpajakan Sebagai

- Variabel Moderasi. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 2(1), 36-43
- Wibiyani, A.C., dan Ardiyanto, M.D. (2019). Pengaruh Kesadaran, Pengetahuan dan Pemahaman, Sanksi Perpajakan, dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Notaris di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(3), 1-12
- Wijayanah dan Basuki. (2022). Implementasi Strategi Kepatuhan Pajak Restoran dengan Pendekatan Enforcement, Service, dan Trust Paradigm. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), 103-116
- Yuesti, A., dkk. (2022). Kepatuhan Wajib Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Barat dengan Sanksi Pajak Sebagai Variabel Moderasi. *Media Akuntansi Perpajakan*, 7(1), 7-18
- Yulia, Y., dkk. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada UMKM di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 305-310
- Zahrani, N.R., dan Mildawati, T. (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
- www.bpkpd.surabaya.go.id

