

ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM MEMBAYAR PAJAK REKLAME PADA UPPRD DUREN SAWIT

Vinka Aulia Siswanti^{1)*}, Rina Pratiwi²⁾, Hasturi Indrasari^{3)*}
^{1,2,3)*} Faculty Of Economic , Study Program Accounting and Management ,
Swadaya Institute Of and Business Communication
^{1,2,3)*} Email : rina.nurulanisa@gmail.com

Article history :

Received 20 Desember 2023
Received in revised From
27 Desember 2023

Accepted 1 Januari 2024
Vol. 31 No.1 (2024)

Keywords :
Pengetahuan Perpajakan,
Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi
Perpajakan, Kepatuhan
Membayar Pajak Reklame

Focus And Scope : Accounting
and Management

Abstract

Salah satu cara untuk meningkatkan penerimaan pajak daerah adalah dengan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di Kecamatan Duren Sawit. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Metode dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS Versi 23. Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame dan sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan berpengaruh positif bersama-sama terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Reklame.

1. Introduction (Pendahuluan)

Setiap orang yang hidup dalam suatu negara pasti atau harus berurusan dengan pajak, oleh karena itu masalah pajak juga menjadi masalah seluruh rakyat dalam negara tersebut. Dengan demikian setiap orang sebagai anggota masyarakat harus mengetahui segala permasalahan yang berhubungan dengan pajak, baik mengenai pengetahuan pajak, kesadaran pajak dan sanksi pajak. Pajak merupakan sumber pendapatan negara yang sangat potensial. Jenis pungutan di Indonesia terdiri dari pajak negara (pajak pusat), pajak daerah, retribusi daerah, bea dan cukai dan penerimaan negara bukan pajak. Salah satu pos Penerimaan Asli Daerah dalam anggaran pendapatan belanja daerah (APBD) adalah pajak daerah. Terdapat dua jenis pungutan pajak di Indonesia berdasarkan lembaga pemungutnya yaitu Pajak Pusat dan Pajak Daerah. Pajak Negara atau Pajak Pusat yaitu pajak yang dipungut oleh Pemerintah Pusat yang penyelenggaraannya pemungutannya dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak. Pajak daerah adalah pajak yang wewenang pemungutannya berada pada Pemerintah Daerah, baik tingkat Provinsi, Kabupaten, dan Kota yang hasil pemungutannya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerahnya. Salah satu pajak yang mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pajak daerah. Daerah berhak mengenakan pungutan kepada masyarakat untuk menyelenggarakan pemerintahan berdasarkan Undang-undang.

Undang-undang yang mengatur tentang Pajak Daerah dan Retribusi. Daerah adalah Undang-undang No. 28 Tahun 2009. Peraturan ini menyatakan pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi kemakmuran rakyat. Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang. Pajak daerah terbagi menjadi dua yaitu pajak provinsi dan pajak kabupaten / kota. Salah satu pajak yang potensial bagi pendapatan daerah di Jakarta adalah pajak reklame. Kota Jakarta sebagai pusat kota dan sekaligus sebagai kota industri maka prospek pajak reklame cukup potensial. Terdapat fenomena bahwa, tidak sedikit reklame permanen semacam baliho yang harus dipasang stiker 'Reklame Ini Belum Bayar Pajak. Pemasangan stiker tersebut karena reklame belum diurus izinnya, belum memperpanjang atau belum mendaftarkan. Hingga tahun 2020 masih terdapat stiker tersebut di beberapa daerah di Duren Sawit, hal ini membuktikan bahwa kepatuhan wajib pajak masih rendah. Duren Sawit merupakan salah satu kecamatan di Jakarta Timur. Duren Sawit mengalami pertumbuhan yang sangat pesat terutama pada sektor usaha dan industri-industri. Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah yang memiliki potensi yang besar. Reklame adalah benda, alat atau media yang digunakan untuk

Tabel 1.1

Rekapitulasi Target dan Realisasi Penerimaan Pendapatan Pajak Reklame Kecamatan Duren Sawit Tahun 2015-2020

TAHUN	Target Penerimaan Pajak (Rp)	Realisasi Penerimaan Pajak (Rp)	Persentase Penerimaan Pajak (%)
2015	Rp. 22.633.000.000	Rp. 8.474.573.894	37.4%
2016	Rp. 15.398.000.000	Rp. 14.771.582.318	95.93%
2017	Rp. 14.000.000.000	Rp. 14.811.387.532	105.7%
2018	Rp. 16.420.000.000	Rp. 14.710.449.710	89.59%
2019	Rp. 14.174.642.000	Rp. 15.641.289.790	110.35%
2020	Rp. 11.928.000.000	Rp. 13.275.811.552	111.29%

Sumber : Bapenda Jakarta UPPRD Duren Sawit

Tabel 1.1, menunjukkan realisasi pendapatan daerah dari sektor pajak reklame mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan di tahun 2017, 2019 dan 2020 sedangkan tidak mencapai target pada tahun 2015, 2016 dan 2018. Kepatuhan wajib pajak reklame juga mengalami penurunan pada tahun 2015, 2016 dan 2018 hal ini akibat dari kepatuhan wajib pajak reklame yang masih rendah. Penurunan pencapaian target pajak reklame menjadi masukan untuk pemerintah daerah kecamatan Duren Sawit agar lebih memperhatikan dalam proses pemungutannya. Pemasukan dari Pajak Reklame didapat dari nilai sewa, durasi pemasangan, letak reklame dan jenis ukuran reklame.

Meskipun realisasi penerimaan relatif tinggi namun masih banyak papan reklame yang tidak memiliki izin atau belum terdaftar. Wajib pajak enggan mendaftarkan reklame nya agar terbebas dari pungutan pajak. Kurangnya pengetahuan dan kesadaran dari wajib pajak untuk mendaftarkan dan melaporkan reklame yang dimiliki. Pemerintah tidak bisa memenuhi target pendapatan reklame. Sudah sewajarnya pelaku usaha yang memiliki reklame untuk taat dan tepat waktu membayar pajak tersebut. Semakin besar jumlah pajak yang diterima, maka akan semakin menguntungkan bagi negara (Alim, 2005). Agar target tercapai, perlu ditumbuhkan secara terus menerus pengetahuan, kesadaran dan kepatuhan masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Kesadaran perpajakan timbul dari dalam diri wajib pajak itu sendiri, tanpa memperhatikan adanya sanksi perpajakan. Sedangkan kepatuhan perpajakan timbul karena mengetahui adanya sanksi perpajakan apabila telat atau tidak membayar pajak.

2. Research Methods (Metode Penelitian)

Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas/independen dan variable terikat/dependent. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Perpajakan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yaitu Kantor Unit Pelayanan Pajak dan Retribusi daerah (UPPRD) Kecamatan Duren Sawit, Jalan Pahlawan Revolusi No 3. Pondok Bambu. Duren Sawit, Jakarta Timur. Lama waktu penelitian dari tanggal 7 April 2021 sampai dengan tanggal 31 Mei 2021.

Data Penelitian

Penulis dalam penelitian ini menggunakan 3 jenis data yang pertama merupakan penelitian kepustakaan (*Library Research*) Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan) buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian terdahulu. Kedua, metode pengumpulan data primer berupa Wawancara dan Kuesioner yang ketiga berupa data sekunder dalam penelitian ini berasal dari wajib pajak reklame di kecamatan

Duren Sawit. Lokasi penelitian yaitu Kantor Unit Pelayanan Pajak dan Retribusi daerah (UPPRD) Duren Sawit, Jl Pahlawan Revolusi No 3. Pondok Bambu. Duren Sawit, Jakarta Timur.

Populasi dan Sampel

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah Library Research dan data primer melalui kuesioner dan wawancara yang berasal langsung dari objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah orang atau badan yang merupakan wajib pajak reklame yang terdaftar pada Bapenda Jakarta atau UPPRD Duren Sawit yang berjumlah 1668 wajib pajak. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling.

Metode Analisis Data

Teknik analisis data terdiri dari uji instrumen penelitian untuk mengetahui apakah instrumen dan data penelitian telah dijawab dengan benar atau tidak. Metode statistik yang digunakan untuk menguji adalah analisis regresi linear berganda yang sudah melakukan uji asumsi klasik sebelumnya. Data dalam penelitian ini dianalisis dan dihitung dengan menggunakan alat uji statistik berupa software Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 23.0

$$Y = \alpha + X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Dimana :

α = intercep

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi

X_1 = Pengetahuan Perpajakan

X_2 = Kesadaran Wajib Pajak

X_3 = Sanksi Perpajakan

Y = Kepatuhan dalam Membayar Pajak

3. Research Results (Hasil Penelitian)

Uji Validitas

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua item dapat dikatakan valid, karena semua item kuesioner memiliki nilai person correlation yang lebih besar dari r-tabel dan memiliki sig. Kurang dari 0,05.

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
	X1.1	0,863	0.2028	Valid
	X1.2	0,875	0.2028	Valid
Pengetahuan Perpajakan (X1)	X1.3	0,664	0.2028	Valid
	X1.4	0,703	0.2028	Valid
	X1.5	0,696	0.2028	Valid
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	X2.1	0,858	0.2028	Valid
	X2.2	0,903	0.2028	Valid
	X2.3	0,830	0.2028	Valid
	X2.4	0,782	0.2028	Valid
	X2.5	0,855	0.2028	Valid
Sanksi Perpajakan (X3)	X3.1	0,824	0.2028	Valid
	X3.2	0,751	0.2028	Valid
	X3.3	0,775	0.2028	Valid
	X3.4	0,875	0.2028	Valid
	X3.5	0,678	0.2028	Valid
Kepatuhan Pajak Reklame (Y)	Y1	0,846	0.2028	Valid
	Y2	0,849	0.2028	Valid
	Y3	0,839	0.2028	Valid
	Y4	0,796	0.2028	Valid
	Y5	0,542	0.2028	Valid

Sumber: Data Hasil Output SPSS 23

Berdasarkan tabel hasil uji validitas semua data yang didapat telah valid. Hal ini dapat dilihat dari masing-masing item pertanyaan memiliki nilai yang lebih dari 0,2028.

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pengetahuan Perpajakan	0,807	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak	0,895	Reliabel
Sanksi Perpajakan	0,831	Reliabel
Kepatuhan Wajib Pajak Reklame	0,832	Reliabel

Sumber: Data Hasil Output SPSS 23

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas tersebut,, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel dari penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70, sehingga hal ini berarti semua konsep yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3.3
Uji Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.48488650
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.065
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Sig. (2-tailed)		.390
Point Probability		.000

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
- Sumber : Data Hasil Output SPSS 23

Hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov nilai signifikan sebesar 0,390. Oleh karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data residual berdistribusi normal dan sehingga model regresi layak dipakai dan dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya karena telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3.4
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients

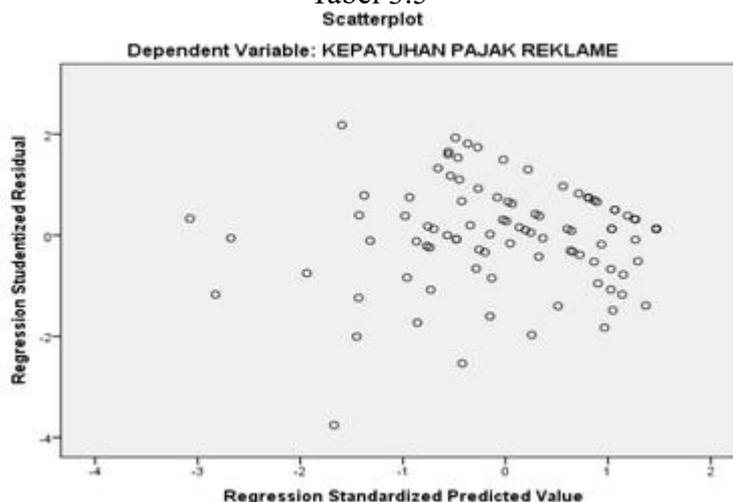
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.249	2.255		.998	.321		
PENGETAHUAN PERPAJAKAN	.232	.080	.253	2.892	.005	.779	1.284
KESADARAN WAJIB PAJAK	.410	.096	.392	4.274	.000	.709	1.410
SANKSI PERPAJAKAN	.255	.098	.222	2.601	.011	.819	1.221

- a. Dependent Variable: KEPATUHAN PAJAK REKLAME
- Sumber: Data Hasil Output SPSS 23

Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10. Sehingga pada model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3.5



Sumber: Data Hasil Output SPSS 23

Dari gambar di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah serta di sekitar angka 0. Penyebaran titik tidak membentuk pola yang jelas. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadinya heteroskedastisitas pada pengujian ini:

Uji Glejser

Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.307	1.439		2.993	.004
PENGETAHUAN PERPAJAKAN	-.068	.051	-.152	1.324	.192
KESADARAN WAJIB PAJAK	-.108	.061	-.212	1.766	.999
SANKSI PERPAJAKAN	.061	.063	.108	.969	.843

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Hasil Output SPSS 23

Hasil nilai signifikansinya diatas 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen terbebas dari indikasi heteroskedastisitas.

Dari hasil tersebut di atas disimpulkan bahwa variabel pendidikan dan variabel kemudahan transaksi mempengaruhi variabel kepatuhan membayar pajak PBB sebesar 31,2% sedangkan sisanya merupakan variabel lain sebesar 68,8% yang mempengaruhi kepatuhan membayar pajak PBB. Contoh dari variable lain seperti adanya sosialisasi kepada masyarakat serta kemauan untuk membayar pajak PBB.

Analisis Regresi Linier Berganda

Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Dimana :

α = intercep

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi
 X1 = Pengetahuan Perpajakan
 X2 = Kesadaran Wajib Pajak
 X3 = Sanksi Perpajakan
 Y = Kepatuhan dalam Membayar Pajak

Uji F

Peneliti selanjutnya melakukan uji F, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.7
Hasil Uji F
ANOVAa

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	493.416	3	164.472	25.777	.000 ^a
	Residual	574.243	90	6.380		
	Total	1067.660	93			

a. Dependent Variable: Y KEPATUHAN WAJIB PAJAK REKLAME

a. Predictors: (Constant), X3 SANKSI PERPAJAKAN, X1 PENGETAHUAN PERPAJAKAN, X2 KESADARAN WAJIB PAJAK

Sumber: Data Hasil Output SPSS 23

Dari tabel di atas nilai signifikansi diperoleh 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga tolak H_0 atau terima H_a . Artinya paling sedikit ada satu β_i yang tidak sama dengan nol. Untuk itu dilanjutkan dengan uji partial T untuk mengetahui koefisien regresi yang mana yang berbeda dari nol. Disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame.

Uji T

Tabel 3.8
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.249	2.255		.998	.321
X1 PENGETAHUAN PERPAJAKAN	.232	.080	.253	2.892	.005
X2 KESADARAN WAJIB PAJAK	.410	.096	.392	4.274	.000
X3 SANKSI PERPAJAKAN	.255	.098	.222	2.601	.011

a. Dependent Variable: Y KEPATUHAN WAJIB PAJAK REKLAME

Sumber: Data Hasil Output SPSS 23

Uji t ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variable independen terhadap variabel dependen. Terlihat nilai coefficients signifikan dari Pengetahuan Perpajakan (X1) adalah $0,005 < 0,05$. Kemudian nilai t-hitung $>$ t- tabel, yakni $2.892 > 1.661$. Nilai coefficients signifikan dari Kesadaran Wajib Pajak (X2) adalah $0,000 < 0,05$. Kemudian nilai t-hitung $>$ t- tabel, yakni $4.274 > 1.661$. Nilai coefficients signifikan dari Sanksi Perpajakan (X3) adalah $0,011 < 0,05$. Kemudian nilai t-hitung $>$ t- tabel, yakni $2.601 > 1.661$.

Tabel 3.9
Koefisien Determinasi (Adjusted)
Model Summary

Hasil analisis uji koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,444. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan mampu menjelaskan kepatuhan wajib pajak reklame sebesar 44,4 persen dan sisanya 55,6 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Dari output di atas artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 44,4%.

4. Conclusion (Kesimpulan)

Kesimpulan

Pengetahuan Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Reklame. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji T hitung sebesar 2,892 dengan signifikansi 0,005 dan koefisiensi regresi 0,255. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Reklame. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji T hitung sebesar 4,274 dengan signifikansi 0,000 dan koefisiensi regresi 0,410. Sanksi Perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Reklame. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji T hitung sebesar 2,601 dengan signifikansi 0,011 dan koefisiensi regresi 0,255. Pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Reklame. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji F hitung sebesar 25,777 dengan signifikansi 0,000 dan koefisiensi korelasi 0,680.

Saran

Meskipun memiliki hasil yang positif, lebih baik jika pemerintah hendaknya lebih kreatif membuat strategi-strategi untuk menarik minat dan menambahkan pengetahuan dan kesadaran wajib pajak tentang perpajakan reklame sehingga target kepatuhan dapat optimal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan evaluasi bagi pihak UPPRD untuk meningkatkan pengetahuan, kesadaran wajib pajak serta kepatuhan wajib pajak dengan melakukan survey dan pengontrolan lapangan oleh tim UPPRD agar wajib pajak memiliki pengetahuan tentang pajak serta lebih sadar dan mengerti dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

5. Reference List (Daftar Referensi)

- Dahlan, Ahmad dan Susyanti Jeni. 2015. Perpajakan. Jakarta: Citra Intrans Selaras.
- Darwin. 2016. Pajak Bumi dan Bangunan Bidang Perkebunan. Jakarta: Mitra Wacana Medika.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mardiasmo. 2016. Perpajakan Edisi Terbaru 2016. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Prawoto, Agus. 2011. Penilaian Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan. Yogyakarta. BPEE.
- Anggono, Damas Dwi 2017. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Malang: UB Press.
- Ajzen, Icak 1991. The Teory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Process.
- Budiarto A. 2016. Pedoman Praktis Membayar Pajak. Genesis Learning
- Ghozali. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Diponegoro.
- Heider, Fritz. 1958. The Psychology of Interpersonal Relations, New York: Wiley
- Kurniawan DR. 2019. Pahami Ketentuannya Hindari Sanksinya. M.Bus.Adv

- Mardiasmo. 2003. Perpajakan. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi.
- Mardiasmo. 2016. Perpajakan. Edisi Revisi Tahun 2016. Yogyakarta: Andi.
- Munawir S. 1992. Perpajakan. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Nurmantu, Safri Drs., MSi. 2005. Pengantar Perpajakan. Jakarta: Granit.
- Nugroho, Agus. 2005. Strategi Jitu : Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS. Yogyakarta: Andi
- Rina Pratiwi. 2019. Experimental Analysis Research Mixed Method Comprehensive Edition. Jakarta : Teman Nulis
- Putra IM. 2020. Perpajakan: Tax Amnesty. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Rahayu, SK . 2013. Perpajakan Indonesia. Yogyakarta: Graha Ilmu.