

PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DI KOTA BOGOR

**Lautandra Maysa
Dani Rahman Hakim**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: Lautandra@gmail.com; dosen01934@unpam.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received:
August 7th, 2025

Revised
August 15th, 2025

Accepted:
August 16th, 2025

Online available:
August 20th, 2025

Keywords:

Sosialisasi Perpajakan
Kesadaran Wajib Pajak
Kepatuhan Wajib
Pajak

JEL Classification:
G;M;E

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. Latar belakang penelitian ini adalah rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor yang berpotensi memengaruhi penerimaan pajak daerah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden wajib pajak kendaraan bermotor menggunakan teknik accidental sampling. Analisis data dilakukan dengan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan intensitas dan kualitas sosialisasi perpajakan serta penguatan kesadaran masyarakat sebagai strategi untuk meningkatkan kepatuhan pajak daerah.

***Correspondence:**

Name: Lautandra
Maysa
E-mail:
Lautandra@gmail.com

PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber utama pembiayaan pembangunan nasional dan daerah, di mana optimalisasi penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) menjadi kontribusi signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Undang-Undang RI No. 28/2009). Di Kota Bogor, meski tren kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor menunjukkan fluktuasi dengan persentase kepatuhan berkisar antara 25–29% pada periode 2018–2022 masih terdapat proporsi besar wajib pajak yang menunggak kewajibannya, yakni sebanyak 143.565 kendaraan pada 2022 (Data Samsat Induk Kota Bogor, 2022). Kondisi ini berpotensi menekan penerimaan daerah dan menghambat program pembangunan lokal.

Tingkat kepatuhan dipengaruhi oleh efektivitas sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak. Sosialisasi perpajakan berperan dalam menyampaikan informasi tentang aturan, prosedur, dan tenggat waktu pembayaran, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan wajib pajak (Ni Komang Ayu Juliantari, I Made Sudiartana, 2021). Sementara itu, kesadaran wajib pajak yaitu pemahaman dan motivasi internal untuk memenuhi kewajiban tanpa paksaan ditunjukkan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan, meski beberapa studi melaporkan hasil yang bervariasi (Hilmia, 2022).

Secara nasional, tingkat kepatuhan PKB masih rendah. Data Badan Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat mencatat sekitar 40% kendaraan menunggak pajak pada 2022 (Kompas, 2022), dan Korlantas Polri melaporkan 43,76% pada 2023 dengan alasan dominan kurangnya kesadaran masyarakat (Tempo, 2023). Pemerintah daerah telah menerapkan program pemutihan, diskon denda, layanan Samsat Keliling, dan digitalisasi pembayaran melalui e-Samsat, namun kepatuhan seringkali bersifat insidental karena menunggu insentif (DetikFinance, 2024).

Analisis perilaku wajib pajak dapat menggunakan teori atribusi dan teori perilaku terencana untuk memahami motivasi internal maupun pengaruh lingkungan (Ajzen, 1991; Masita, 2019). Berdasarkan kerangka tersebut, sosialisasi yang rutin dan menyeluruh diharapkan dapat meningkatkan pemahaman, menumbuhkan kesadaran, dan pada akhirnya mendorong kepatuhan membayar PKB.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak secara simultan terhadap kepatuhan membayar PKB di Kota Bogor. Hasilnya diharapkan mampu menjadi dasar bagi otoritas daerah dalam merancang strategi edukasi dan intervensi yang lebih tepat sasaran guna meningkatkan kepatuhan pajak kendaraan bermotor.

LANDASAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Teori atribusi ini dikembangkan oleh Heider, 1958 menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh interaksi antara faktor internal sikap, motivasi dan eksternal lingkungan (Masita, 2019). Penilaian atribusi bergantung pada tiga dimensi: kekhususan apakah individu berperilaku berbeda di berbagai situasi, konsensus apakah orang lain merespon sama, dan konsistensi seberapa stabil perilaku dalam situasi serupa. Dalam konteks pajak, kesadaran pajak merepresentasikan faktor internal yang mendorong kepatuhan, sedangkan sosialisasi pajak berperan sebagai faktor eksternal yang memfasilitasi pemahaman dan motivasi wajib pajak (Handriyani & Astawa, 2022).

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)

Theory of Planned Behavior yang di kemukakan Ajzen, 1991 menyatakan bahwa niat *intention* adalah penentu utama perilaku, dipengaruhi oleh *Behavioral Belief* keyakinan individu atas hasil tindakan, *Normative Belief* tekanan sosial atau ekspektasi norma, *Control Belief* persepsi kontrol terhadap faktor pendukung atau penghambat (Kamaroellah, 2019). Dalam studi kepatuhan pajak, sosialisasi yang memadai dan kesadaran wajib pajak meningkatkan keyakinan, norma, dan kontrol persepsi, sehingga memperkuat niat untuk taat membayar pajak kendaraan bermotor (Dewa Putu Gede Widyana, 2020).

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan pajak adalah kesediaan wajib pajak untuk menghitung, melapor, dan membayar pajak secara sukarela tanpa paksaan (Janitra, 2019). Agun et al (2022) menyatakan bahwa peningkatan pengetahuan fiskus dan wajib pajak melalui sosialisasi dan kesadaran berpengaruh positif pada kepatuhan, sehingga rendahnya pengetahuan menjadi salah satu kendala utama. Dalam konteks PKB, kepatuhan penting karena penerimaannya dialokasikan untuk pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, dan layanan publik lainnya (UU No. 28/2009).

Sosialisasi Perpajakan

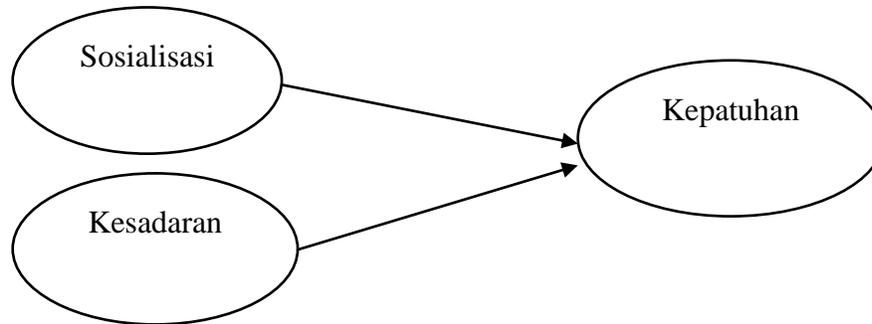
Sosialisasi perpajakan adalah upaya penyampaian informasi tentang aturan, prosedur, dan tenggat waktu pembayaran kepada wajib pajak (Nurdyastuti & Penawan, 2020). Melalui seminar, penyuluhan, dan media publik, DJP meningkatkan pemahaman dan motivasi wajib pajak misalnya program Tax Goes to Campus dan e-Samsat yang secara empiris terbukti mendorong kepatuhan (Farah dan Sapari, 2020).

Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak mencerminkan kondisi di mana wajib pajak secara sukarela memahami dan memenuhi kewajiban perpajakan tanpa paksaan (Nurlis Islamiah Kamil, 2019; Ramdani et al., 2019). Faktor yang memengaruhi kesadaran meliputi pengetahuan pajak, persepsi manfaat pembangunan daerah, serta intensitas penyuluhan (Kurnia Rahayu, 2020). Tingginya kesadaran terbukti secara positif berkorelasi dengan tingkat kepatuhan membayar PKB.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Sosialisasi Perpajakan (X1), dan Kesadaran (X2), terhadap Nilai Perusahaan (Y). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak tiga variabel yaitu dua variable independen dan satu variabel dependen. Adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan teori, penelitian terdahulu, hubungan antara variabel dan kerangka pemikiran maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Diduga Sosialisasi berpengaruh terhadap Kepatuhan.
- H2: Diduga Kesadaran berpengaruh terhadap Kepatuhan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan filosofi positivisme (Sugiyono, 2022). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur kepada sampel motoris di Kota Bogor untuk mengukur variabel sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan PKB. Teknik survei dipilih sebagai metode utama, di mana hasil kuesioner dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis dan menemukan pola hubungan antarvariabel.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh pemilik kendaraan bermotor di Kota Bogor yang terdaftar di Samsat Induk, berjumlah 362.278 unit (Samsat Kota Bogor, 2022). Sampel ditentukan menggunakan *accidental sampling*, yaitu responden yang dipilih secara kebetulan namun memenuhi kriteria: berdomisili di Kota Bogor, memiliki STNK, dan telah menguasai kendaraan minimal satu tahun (Sugiyono, 2022). Jumlah sampel dihitung dengan rumus Slovin (10% tingkat kesalahan), menghasilkan 100 responden.

Metode Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator variabel sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak. Kuesioner menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur tingkat persetujuan responden (Sugiyono, 2022). Instrumen ini memudahkan analisis dan memastikan konsistensi jawaban responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik pengolahan data yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif serta *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS), yang dioperasikan dengan bantuan perangkat lunak

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian ini adalah wajib pajak kendaraan bermotor di Kota Bogor, baik individu maupun badan hukum, yang memiliki kewajiban membayar Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) sesuai UU No. 28 Tahun 2009. Pemungutan PKB berada di bawah Bapenda Provinsi Jawa Barat bekerja sama dengan Kepolisian dan PT Jasa Raharja melalui layanan Samsat. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan membayar PKB, sebagai masukan bagi kebijakan peningkatan kepatuhan pajak.

Hasil Analisis

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Analisis ini bertujuan menggambarkan variabel penelitian melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Data diperoleh dari kuesioner berbasis skala Likert dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif.

Tabel 1
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

<i>Variable</i>	<i>Obs</i>	<i>Mean</i>	<i>Std.Dev.</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
Sumkep	100	39.2	6.525784	10	50
Sumsos	100	39.37	7.262266	10	50
Sumkes	100	31.71	5.866004	8	40

Sumber: Pengolahan data dengan SmartPLS (2025)

Dari 100 responden, rata-rata kepatuhan wajib pajak (Sumkep) mencapai 39,2 (SD 6,52), menunjukkan tingkat kepatuhan relatif tinggi. Sosialisasi perpajakan (Sumsos) memiliki rata-rata 39,37 (SD 7,26), menandakan informasi pajak cukup tersampaikan. Namun, kesadaran wajib pajak (Sumkes) lebih rendah, rata-rata 31,71 (SD 5,87), menunjukkan perlunya peningkatan kesadaran untuk mendukung kepatuhan yang lebih konsisten.

Uji Outer Model

Hasil Uji Loading Factor

Tabel 2
Loading Factor

	KEPATUHAN	KESADARAN	SOSIALISASI
KEP.10	0.813		
KEP.5	0.803		
KEP.6	0.854		
KEP.7	0.816		
KEP.8	0.847		
KEP.9	0.874		
KES.10		0.863	
KES.4		0.842	
KES.5		0.804	
KES.6		0.846	
KES.7		0.884	
KES.8		0.904	
KES.9		0.861	
SOS.2			0.810
SOS.3			0.817
SOS.4			0.895
SOS.6			0.880
SOS.7			0.818
SOS.8			
SOS.9			0.806

Sumber: Pengolahan data dengan SmartPLS (2025)

Hasil analisis menunjukkan seluruh indikator memiliki loading factor > 0,7, sehingga dinyatakan valid untuk mengukur variabel dalam model penelitian.

Hasil Uji Discriminant Validity

Tabel 3
Discriminant Validity

	<i>Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)</i>
<i>KESADARAN <-> KEPATUHAN</i>	0.892
<i>SOSIALISASI <-> KEPATUHAN</i>	0.838
<i>SOSIALISASI <-> KESADARAN</i>	0.888

Sumber: Pengolahan data dengan SmartPLS (2025)

Hasil uji HTMT menunjukkan seluruh nilai berada di bawah batas 0,90 (Kesadaran Kepatuhan: 0,892; Sosialisasi–Kepatuhan: 0,838; Sosialisasi Kesadaran: 0,888), sehingga konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik dan mengukur aspek yang berbeda

Hasil Uji Construct Reliability and Validity

Tabel 4
Construct Reliability and Validity

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
<i>KEPATUHAN</i>	0.913	0.914	0.932	0.697
<i>KESADARAN</i>	0.940	0.942	0.951	0.737
<i>SOSIALISASI</i>	0.932	0.935	0.945	0.712

Sumber: Pengolahan data dengan SmartPLS (2025)

Seluruh variabel memiliki Cronbach’s Alpha > 0,70, Composite Reliability > 0,70, dan AVE > 0,50, sehingga memenuhi kriteria reliabilitas internal dan validitas konvergen yang baik.

Uji Inner Model

Hasil Uji R Square

Tabel 5
R Square

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
KEPATUHAN	0.709	0.703

Sumber: Pengolahan data dengan SmartPLS (2025)

Nilai R² Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 0,709 dan Adjusted R² sebesar 0,703 menunjukkan bahwa 70,9% variasi kepatuhan dijelaskan oleh sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak. Hasil ini mengindikasikan model memiliki daya jelaskan yang kuat dan representatif.

Hasil Uji Model Fit

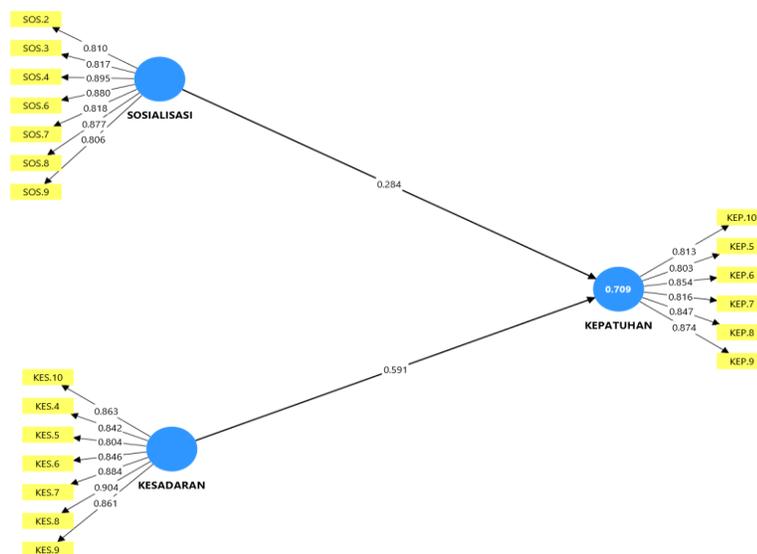
Tabel 6
R Square

	<i>Saturated model</i>	<i>Estimated model</i>
SRMR	0.051	0.051
d_ULS	0.543	0.543
d_G	0.619	0.619
Chi-square	327.771	327.771
NFI	0.832	0.832

Sumber: Pengolahan data dengan SmartPLS (2025)

Model menunjukkan kecocokan yang baik dengan SRMR 0,051 (<0,08), d_ULS 0,543, d_G 0,619, dan NFI 0,832 (>0,80), sehingga dinyatakan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Hasil Uji Bootstrapping



Gambar 2 Model Jalur (Path Model)

Tabel 7
Bootstrapping

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
KESADARAN -> KEPATUHAN	0.591	0.588	0.095	6.234	0.000
SOSIALISASI -> KEPATUHAN	0.284	0.288	0.106	2.691	0.007

Sumber: Pengolahan data dengan SmartPLS (2025)

Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan (original sample 0,591; t = 6,234; p = 0,000). Sosialisasi perpajakan juga berpengaruh positif dan signifikan (original sample 0,284; t = 2,691; p = 0,007). Kedua variabel terbukti meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kota Bogor.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Melalui penyuluhan, media sosial, dan komunikasi langsung, pemahaman wajib pajak mengenai hak, kewajiban, manfaat pajak, dan risiko ketidakpatuhan meningkat, sehingga mendorong perilaku patuh. Temuan ini sejalan dengan Firmansyah et al (2022), (Venti & Sandra (2021), serta Hura & Molinda Kakisina (2022) yang menegaskan bahwa sosialisasi terstruktur dan berkesinambungan meningkatkan kesadaran serta kepatuhan wajib pajak. Selain itu, sosialisasi juga membangun kepercayaan antara otoritas pajak dan masyarakat, serta memperkuat tanggung jawab moral dalam memenuhi kewajiban perpajakan)

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan dalam kepatuhan membayar Pajak Kendaraan Bermotor. Semakin tinggi kesadaran, semakin besar kemungkinan wajib pajak memenuhi kewajibannya tepat waktu dan sesuai aturan. Temuan ini sejalan dengan Lestari (2020), Widiastini & Supadmi (2020),Aprilianti (2021), serta Widiastuti & Crissianan Wa (2021) yang menegaskan bahwa kesadaran pajak secara signifikan mendorong kepatuhan dan menjadi fondasi penting untuk perilaku patuh yang konsisten.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian dengan 100 responden wajib pajak di Samsat Induk Kota Bogor menggunakan SEM-PLS menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan (original sample 0,284; t-statistic 2,691; p-value 0,007). Kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh lebih kuat (original sample 0,591; t-statistic 6,234; p-value 0,000), menunjukkan bahwa kesadaran internal lebih dominan dalam mendorong kepatuhan. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan efektivitas sosialisasi serta edukasi untuk membangun kesadaran pajak sebagai dasar perilaku patuh membayar Pajak Kendaraan Bermotor.

Saran

Samsat Kota Bogor

Samsat Kota Bogor disarankan meningkatkan sosialisasi pajak melalui media sosial, seminar, dan workshop yang lebih interaktif. Edukasi intensif bagi wajib pajak baru perlu diperluas untuk membantu pemahaman kewajiban dan prosedur perpajakan. Selain itu, sistem monitoring dan evaluasi program sosialisasi harus diperkuat agar strategi yang diterapkan lebih efektif dan tepat sasaran.

Peneliti Selanjutnya

Penelitian mendatang sebaiknya menggunakan sampel lebih besar dan mencakup wilayah lebih luas untuk meningkatkan generalisasi hasil. Instrumen penelitian perlu disusun lebih matang agar semua indikator valid. Uji robustness dapat ditambahkan untuk memastikan konsistensi hasil di berbagai kondisi. Selain itu, analisis karakteristik responden seperti pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan disarankan guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Agun, W. A. N. U., Datrini, L. K., & Amlayasa, A. A. B. (2022). Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan Orang Pribadi. *WICAKSANA: Jurnal Lingkungan Dan Pembangunan*, 6(1), 23–31. <https://doi.org/10.22225/wicaksana.6.1.2022.23-31>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aprilianti, A. A. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan, Insentif Pajak, Dan Sistem E-Samsat Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Masa Pandemi Covid-19. *Assets*, 11(1), 1–20.
- DetikFinance (2023), “Mengapa Wajib Pajak Menunggu Pemutihan?”.
- Dewa Putu Gede Widyana. (2020). Pengaruh kesadaran wajib pajak, pelayanan fiskus, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp://>
- Farah dan Sapari. (2020). *Pengaruh penerapan e-filing, sosialisasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. jurnal ilmu dan riset akuntansi.*
- Firmansyah, A., Harryanto, & Trisnawati, E. (2022). Halaman Peran Mediasi Sistem Informasi Dalam Hubungan Sosialisasi Pajak, Sanksi Pajak, Kesadaran Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Pajak Indonesia*, 6(1), 130–142. www.jurnal.pknstan.ac.id/index.php/JPI
- Handriyani, P. E., & Astawa, I. G. P. B. (2022). Pengaruh Tingkat Penghasilan, Pemahaman Aturan Perpajakan, dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Kabuoaten Buleleng. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 11(01), 13–22. <https://doi.org/10.23887/vjra.v11i01.50572>
- Hilmia, P. nora. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 8(1), 37–47. <https://doi.org/10.38204/jrak.v8i1.662>
- Hura, A., & Molinda Kakisina, S. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 174–181. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.31>
- Janitra, R. A. (2019). Kepatuhan Wajib Pajak Koperasi. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1), 71–76. <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>

- Kamaroellah, R. A. (2019). Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan Berdasarkan Realisasi Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Pamekasan. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(1), 82–103. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v4i1.1158>
- Kompas.com. (2022). *39 Juta Kendaraan Bermotor Belum Bayar Pajak*. <https://www.kompas.id/artikel/pajak-kendaraan-bermotor>
- Kurnia Rahayu. (2020). *Perpajakan Indonesia “konsep dan aspek formal”*. Yogyakarta: graha ilmu.
- Lestari, siregar dian. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cileungsi, Kabupaten Bogor. *Economicus*, 14(2), 180–190. <https://doi.org/10.47860/economicus.v14i2.196>
- Masita, N. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Biaya Kepatuhan, Akuntabilitas Pelayanan Publik, Tingkat Kepercayaan Terhadap Sistem Pemerintah Dan Hukum, Dan Program Samsat Corner Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Bersama. *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen (JSAM)*, 1(3), 50–101. [file:///C:/Users/asus/Downloads/60-Article Text-193-1-10-20190415.pdf](file:///C:/Users/asus/Downloads/60-Article%20Text-193-1-10-20190415.pdf)
- Ni Komang Ayu Juliantari, I Made Sudiartana, N. L. G. M. D. (2021). Pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kewajiban moral, sanksi pajak, dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor di kantor samsat gianyar. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 128–139.
- Nurdyastuti, T., & Penawan, A. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Spt Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi. *ProBank*, 3(1), 28–34. <https://doi.org/10.36587/probank.v3i1.240>
- Nurlis Islamiah Kamil. (2019). The Effect of Taxpayer Awareness , Knowledge , Tax Penalties and Tax Authorities Services on the Tax Compliance: (Survey on the Individual Taxpayer at Jabodetabek & Bandung). *Research Journal of Finance and AccountingOnline*, 6(2), 104–112.
- Ramdani, R. F., Faridah, E., & Badriah, E. (2019). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaran Bermotor. *Akuntapedia*, 1(1), 72–95.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d bandung: alfabeta*.
- Tempo. (2023). *Judul artikel*. Diakses dari <https://www.tempo.co>
- Venti, & Sandra, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan Dengan Kesadaran Wajib

Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Perpajakan*, 1(1), 107–124.
<https://conference.trunojoyo.ac.id/pub/index.php/snp/article/view/73/79>

Widiastini, N. P. A., & Supadmi, N. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi, Kualitas Pelayanan dan Sosialisasi pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(7), 1645. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i07.p03>

Widiastuti, E., & Crissianan Wa, S. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayan Pajak, dan Sanksi Perpajakn Terhadap KepatuhanMembayar Pajak Kendaraan Bermotor. *Sakuntala*, 1(1), 449–462.