PERSPEKTIF

Available online <http://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif>

Analisis Perilaku Kepatuhan Pajak Merchant-Merchant yang Ada di Tokopedia

Analysis of Tax Compliance Behavior of Merchants in Tokopedia

Ita Andryani & Ning Rahayu

Administrasi dan Kebijakan Perpajakan, Fakultas Ilmu administrasi, Universitas Indonesia, Indonesia

Diterima: 15 Juni 2020; Disetujui: 26 Juli 2020; Dipublish: 31 Januari 2021

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti perilaku kepatuhan pajak merchant-merchant yang ada di Tokopedia. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan program LISREL. Data yang digunakan peneliti dikumpulkan dengan cara kuesioner dengan sampel berjumlah 100 responden dengan responden merchant-merchant yang ada di Tokopedia. Variable yang ada dalam penelitian ini antara lain sikap terhadap kepatuhan pajak, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, niat, dan kepatuhan wajib pajak merchant-merchant yang ada di Tokopedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) adanya hubungan saling mempengaruhi antara sikap berperilaku patuh dengan norma subjektif. (2) tidak adanya hubungan saling mempengaruhi antara norma subjektif dengan persepsi kontrol perilaku. (3) tidak adanya hubungan saling mempengaruhi antara sikap berperilaku patuh dengan persepsi kontrol perilaku. (4) adanya pengaruh yang antara sikap berperilaku patuh terhadap niat kepatuhan pajak. (5) tidak adanya pengaruh antara norma subjektif terhadap niat kepatuhan pajak. (6) tidak adanya pengaruh antara persepsi kontrol perilaku terhadap niat kepatuhan pajak. (7) adanya pengaruh antara persepsi kontrol perilaku terhadap perilaku kepatuhan pajak. (8) adanya pengaruh antara niat berperilaku patuh terhadap kepatuhan pajak.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan, Niat, Perilaku Kepatuhan Pajak.

Abstract

This research was carried out to research the tax compliance behavior of merchants in Tokopedia. This research was analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the LISREL program. The data used in this research were collected by using questionnaire with a sample of 100 merchants in Tokopedia. Variables in this study include attitudes toward tax compliance, subjective norms, perceived behavioral control, intentions, and tax compliance of merchants in Tokopedia. The results showed that (1) there was a mutually influential relationship between attitudes to comply with subjective norms. (2) there is no mutually influential relationship between subjective norms and perceived behavioral control. (3) there is no mutually influential relationship between attitudes of obedient behavior with perceived behavioral control. (4) there is an influence between the attitude of behaving obediently to the intention of tax compliance. (5) there is no influence between subjective norms on the intention of tax compliance. (6) there is no influence between perceived behavioral control on tax compliance intentions. (7) there is an influence between the perception of behavioral control on tax compliance behavior. (8) there is an influence between the intention to behave obediently to tax compliance.

Keywords: Attitudes, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Intentions, Tax Compliance Behavior.

How to Cite: Andryani, I. & Rahayu, N. (2021). Analisis Perilaku Kepatuhan Pajak Merchant-Merchant yang Ada di Tokopedia. *PERSPEKTIF*, 10 (1): 10-17

*Corresponding author:

E-mail: ita.andryani@yahoo.com

ISSN 2085-0328 (Print)

ISSN 2541-5913 (online)

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini teknologi mengalami perkembangan menjadi semakin canggih, sehingga membuat kehidupan manusia semakin bergantung dengan teknologi, salah satunya adalah teknologi informasi. Sadar atau tidak bahwa dalam kehidupan sehari-hari kita selalu memanfaatkan layanan jasa yang berbasis teknologi informasi dalam berbagai hal.

Bagi konsumen yang memiliki segudang aktivitas yang sangat padat, tidak punya waktu luang untuk berbelanja secara *offline*, berbelanja secara *online* adalah alternatif terbaik untuk mereka. Maka dari itu, akibat mobilitas manusia yang sudah semakin tinggi mengharuskan sektor perdagangan harus bisa memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh manusia (dalam hal ini konsumen) dalam menyediakan layanan jasa dan barang. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut muncullah transaksi yang mempermudah konsumen untuk menggunakan layanan tersebut, yaitu transaksi bisnis melalui internet atau yang lebih dikenal dengan nama *e-commerce*.

E-commerce sendiri adalah transaksi bisnis yang tidak lagi dilakukan secara konvensional, yang mengharuskan adanya interaksi langsung antara pembeli dan penjual atau juga menggunakan uang tunai. Dalam *e-commerce* penjual diwakili oleh sistem yang bisa melayani pembeli secara *online* melalui jaringan internet. Dalam bertransaksi pembeli akan berkomunikasi dengan sistem yang mewakili penjual. Pengertian *e-commerce* menurut (Jony, 2010) pengertian *e-commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan *computer* atau *internet*.

Di era yang semua sudah serba digital dan mudah, kini orang-orang mulai beralih berbelanja secara *online*, dimana bagi mereka yang sangat sibuk dan tidak punya waktu untuk berbelanja secara *offline*,

berbelanja secara *online* merupakan pilihan yang sangat tepat karena lebih mudah dan praktis. Semakin banyaknya orang-orang yang melakukan transaksi dengan *e-commerce* membuat pemerintah semakin memperhatikan kegiatan transaksi tersebut. Dalam dunia perpajakan, transaksi ini adalah hal yang sudah tidak asing lagi.

Dengan semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan perdagangan secara *online*, situs jual beli *online* pun semakin bertambah jumlahnya dari waktu ke waktu. Indonesia pun masuk dalam 10 negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Berdasarkan riset dari Lembaga riset asal Inggris, *Merchant Machine*, Indonesia menjadi peringkat pertama dalam jajaran negara-negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia sebesar 78%.

Salah satu hal yang membuat pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia menjadi yang tercepat di dunia karena banyaknya penduduk Indonesia yang menggunakan internet yang jumlahnya lebih dari 100 juta pengguna internet. Masyarakat Indonesia paling banyak membelanjakan uangnya untuk membeli tiket pesawat dan memesan hotel secara *online* yang kemudian disusul oleh produk pakaian dan alas kaki, serta produk kesehatan dan kecantikan. Gambar 1 merupakan grafik 10 negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia.

Gambar 1. 10 Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat

Sumber: (Widowati, 2019)

Beberapa contoh *brand* situs jual beli *online* yang ada di Indonesia adalah

Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, JD.id dan lain-lain. Munculnya berbagai macam situs jual beli online tersebut memberikan berbagai macam pilihan bagi masyarakat untuk melakukan jual beli. Beberapa diantaranya bahkan sudah sangat terkenal dan sering sekali digunakan oleh masyarakat Indonesia. Baik yang situs jual beli online asli dari Indonesia ataupun yang berasal dari luar negeri.

Semenjak pemerintah Indonesia menerapkan sistem *self assesment* dalam Undang-Undang Perpajakan Indonesia, maka disini peran Wajib Pajak itu sangatlah penting dalam memenuhi seluruh kewajiban perpajakannya (*tax compliance*). Agar sistem *self assesment* itu bisa berhasil dan berjalan secara efektif, maka wajib pajak berperan sangat penting dimana wajib pajak harus patuh dan taat terhadap peraturan perundang-undangan pajak yang berlaku di Indonesia.

Kepatuhan pajak itu terbagi menjadi dua, pertama, kepatuhan secara formal yakni administrasi dimana wajib pajak patuh dalam melaporkan pajaknya, tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT), dan tepat waktu dalam melakukan pembayaran pajaknya. Kedua, kepatuhan secara teknis yakni secara material dimana wajib pajak melakukan penghitungan pajak secara benar tidak ada yang dikurangi atau dilebihkan.

Tipe kepatuhan tersebut bila di ukur secara bersama akan memberikan gambaran yang komperhensif tentang kepatuhan Wajib Pajak. Seseorang bisa dinilai apakah dia Wajib Pajak yang patuh atau tidaknya bisa dilihat dari perilaku Wajib Pajak itu sendiri. Apakah dia melakukan penyerahan laporan SPT, pembayaran atau pelaporan secara tepat waktu atau tidak.

Beberapa literatur yang membahas mengenai kepatuhan Wajib Pajak melihat hal tersebut dari sudut pandang psikologis. Pendekatan psikologis yang dalam hal ini

digunakan untuk mengetahui perilaku kepatuhan pajak seorang Wajib Pajak didasarkan pada teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) yang digagas oleh Icek Ajzen dan Fishbein (2011).

Berdasarkan (Pajak, 2018)(DJP, 2019) dalam dua tahun terakhir ini kepatuhan wajib pajak mengalami peningkatan. Seperti yang dikatakan oleh Direktur Jenderal (Dirjen) Pajak, Robert Pakpahan bahwa pada tahun 2017 dan 2018 kepatuhan wajib pajak mengalami peningkatan. Hal tersebut bisa dilihat dari naiknya penerimaan negara yang berasal dari sektor pajak. Contohnya dari sisi kepatuhan, yaitu saat pengisian SPT yang tenggat waktunya berakhir pada tanggal 31 Maret 2018. Ditjen Pajak Kementerian Keuangan mencatat realisasi rasio kepatuhan SPT Orang Pribadi pada 2018 sebesar 63,9%. Yang mana angka ini mengalami peningkatan dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya, yaitu sebesar 58,9%.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Ditjen Pajak Kementerian Keuangan hingga tanggal 31 Maret 2018, tercatat terdapat 10.589.648 laporan SPT Wajib Pajak Orang Pribadi yang masuk. Jumlah laporan SPT pajak tahun 2017 tersebut mengalami peningkatan 14,01% dibandingkan dengan jumlah laporan SPT pajak pada tahun 2016 yang berjumlah 9.288.386 laporan. Mengenai peningkatan pelaporan SPT wajib pajak orang pribadi, didapati pertumbuhan pelaporan SPT secara *elektronik (e-filling)* sebesar 21,6 % sedangkan pertumbuhan penyampaian SPT manual minus 12 %, pelaporan SPT manual turun secara signifikan.

Tahun 2018 sendiri penerimaan dari sektor pajak mengalami peningkatan 16,56% dibandingkan tahun 2017 yaitu sebesar Rp1.942,34 triliun (102,51 % dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) tahun 2018). Sedangkan realisasi rasio kepatuhan SPT orang pribadi tahun 2018 sebesar 68,9 %.

Kepatuhan penyampaian SPT Tahun yang belum mencapai 100% tersebut menyebabkan pajak belum bisa menjadi instrumen yang efektif untuk mewujudkan redistribusi pendapatan serta sarana dalam rangka untuk mengurangi kesenjangan ekonomi yang terjadi sekarang ini.

Penelitian mengenai kepatuhan pajak sudah banyak dilakukan antara lain penelitian yang dilakukan oleh Herdiman (2013) dan Widiarso (2013). Kedua penelitian tersebut menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai teori dalam penelitian yang dilakukan dimana variabel dari *Theory of Planned Behavior* (TPB) digunakan sebagai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Penelitian ini menggabungkan *Theory of Planned Behavior* dan teori kepatuhan pajak dimana variabel-variabel yang ada dalam teori tersebut apakah mempengaruhi kepatuhan wajib pajak atau tidak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap niat kepatuhan pajak, serta persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap perilaku kepatuhan wajib pajak dan niat kepatuhan pajak berpengaruh terhadap perilaku kepatuhan wajib pajak.

METODE PENELITIAN

Menurut (Prasetyo dan Jannah, 2012) teknik pengumpulan data terbagi menjadi dua, yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis perilaku kepatuhan wajib pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* dan kepatuhan pajak. Untuk menganalisis perilaku wajib pajak tersebut peneliti menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner.

Kuesioner dibagikan kepada responden yang berhubungan dengan penelitian ini. Responden dalam penelitian

ini adalah *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia yang memiliki predikat *power merchant*.

Data primer dalam penelitian ini dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program LISREL. *Structural Equation Modelling* (SEM) merupakan metode analisis multivariat yang digunakan untuk menggambarkan hubungan linear secara simultan antara variabel yang dapat diukur secara langsung (indikator) dan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (variabel laten). Sampel yang diperlukan untuk metode SEM adalah minimal berjumlah 100 responden. Dimana 100 responden itu diberikan dengan teknik *purposive sampling* pada *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia. Pemilihan 100 responden tersebut berdasarkan predikat *power merchant* yang dimiliki oleh *merchant* tersebut. Variabel yang ada dalam penelitian ini antara lain sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, niat dan kepatuhan wajib pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia. Untuk melihat gambar kerangka model penelitian bisa dilihat pada gambar 2.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku kepatuhan pajak bagi Wajib Pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia yang ditinjau dari *Theory of Planned Behavior*.

Gambar 2 Kerangka Berfikir
Sumber: hasil pengolahan data penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas menyangkut tingkat akurasi yang dicapai oleh sebuah indikator dalam menilai sesuatu atau akuratnya pengukuran atas apa yang seharusnya diukur. Instrumen dapat dikatakan *valid* jika menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015).

Uji validitas akan diuji dengan melihat faktor loading dari hubungan antara setiap *observed variabel* dan *latent variabel*. Indikator dikatakan *valid* apabila nilai *t-value* yang dihasilkan lebih dari 1,96 dan memiliki nilai *loading factor* >0,5. Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa uji validitas pada variabel penelitian yaitu sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, intensi dan perilaku kepatuhan pajak menghasilkan *T-value* lebih dari 1,96 (dapat dilihat di gambar 3) dan nilai *loading factor* lebih dari 0,5, (dapat dilihat di gambar 4) sehingga dapat dinyatakan semua indikator yang mengukur variabelnya dinyatakan *valid*.

Gambar 3 Diagram Lintasan *t-value* Model Struktural

Sumber: hasil pengolahan data penelitian (2020)

Gambar 4 Diagram Lintasan *Standardizide Loading Factor* Model Struktural

Sumber: hasil pengolahan data penelitian (2020)

Uji Realibilitas

Reliabilitas diuji dengan *construct reliability*. Setelah diketahui validitas konstruk, maka selanjutnya adalah mengetahui reliabilitas dari konstruk tersebut. Secara umum, nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah jika nilai dari *construct reliability* lebih besar dari 0,7.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Construct Reliability
Sikap	0.771
Norma Subjektif	0.838
Persepsi Kontrol Perilaku	0.928
Intensi	0.886
Perilaku Kepatuhan Pajak	0.925

Sumber: hasil pengolahan data penelitian (2020)

Berdasarkan Tabel 1, hasil pengujian reliabilitas instrumen dengan *construct reliability* menunjukkan indikator sudah reliabel, yang ditunjukkan dengan nilai dari *construct reliability* sudah memenuhi batas yang dapat diterima. Dengan demikian, semua indikator pada semua variabel telah reliabel.

Uji Kecocokan Seluruh Model

Berdasarkan *output* analisis SEM diperoleh nilai-nilai yang menjadi acuan

dalam pengujian model secara keseluruhan. Pada model SEM, model pengukuran dan model struktural parameter diestimasi secara bersama-sama dan harus memenuhi tuntutan *fit model*, oleh karena itu model harus dilandasi teori yang kuat. Hasil estimasi dan fit model *one step approach to SEM* dengan menggunakan program aplikasi LISREL dapat dilihat pada tabel 2.

Berdasarkan tabel 2 maka dapat disimpulkan bahwa sudah lebih dari 5 kriteria *goodness of fit* telah memenuhi *cut off value*, artinya bahwa hasil evaluasi menunjukkan model yang sudah baik. Ini menjelaskan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan tingkat pendugaan yang diharapkan. Dengan demikian model ini adalah model yang baik dan layak untuk menjelaskan keterkaitan antar variabel dalam model.

Tabel 2 Hasil Goodness of Fit

Kriteria	Hasil GOF	Cut off Value	Evaluasi
CMIN/DF	1,947	≤ 2.00	Good Fit
GFI	0,77	$\geq 0,9$	Bad Fit
AGFI	0,70	$\geq 0,9$	Bad Fit
NFI	0,90	$\geq 0,9$	Good Fit
IFI	0,97	$\geq 0,9$	Good Fit
CFI	0,97	$\geq 0,9$	Good Fit
RFI	0,88	$\geq 0,9$	Marginal Fit
RMSEA	0,063	< 0.08	Good Fit
TLI/NNFI	0,96	$\geq 0,9$	Good Fit

Sumber: hasil pengolahan data penelitian (2020)

Uji Kecocokan Model Struktural

Uji kecocokan Model Struktural digunakan untuk menunjukkan hubungan antar variabel yang sebelumnya dihipotesiskan. Berdasarkan hasil persamaan struktural *T-value* dari koefisien parameter yang dihasilkan hubungan kausal variabel pembentuk niat adalah sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Dimana variabel sikap yang membentuk niat memiliki *T-value* yang lebih dari 1,96 yaitu 3,00 lalu variabel norma subjektif memiliki *T-value* yang kurang dari 1,96 yaitu -0,84 dan variabel persepsi kontrol perilaku memiliki *T-value* yang juga kurang dari 1,96 yaitu -1,20. Nilai r^2 sebesar 0,31 pada persamaan struktural

diatas menjelaskan bahwa efektifitas model persamaan yang menjelaskan objek yang diteliti hanya sebesar 31% sedangkan 69% varian lainnya dijelaskan oleh faktor lain.

Gambar 5 Diagram Lintasan *t-value* Model Struktural

Sumber: hasil pengolahan data penelitian (2020)

Variabel pembentuk perilaku kepatuhan pajak adalah niat dan persepsi kontrol perilaku. Dimana variabel niat yang membentuk perilaku kepatuhan pajak memiliki *T-value* yang lebih dari 1,96 yaitu 3,58 sedangkan variabel persepsi kontrol perilaku memiliki *T-value* yang kurang dari 1,96 yaitu -2,05. Nilai r^2 sebesar 0,53 pada persamaan struktural diatas menjelaskan bahwa efektifitas model persamaan yang menjelaskan objek yang diteliti hanya sebesar 53% sedangkan 47% varian lainnya dijelaskan oleh faktor lain.

Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa hipotesis pertama, yaitu terdapat hubungan yang saling mempengaruhi antara sikap berperilaku patuh dengan norma subjektif. Model *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dicetuskan Ajzen menjelaskan bahwa terdapat interaksi antar sikap dengan norma subjektif. Hal ini dapat diartikan bahwa sikap untuk berperilaku patuh dengan norma subjektif saling mempengaruhi. Lingkungan sosial dari orang-orang sekitar akan mempengaruhi

sikap *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia dalam berperilaku patuh pajak.

Hipotesis kedua, yaitu tidak terdapat hubungan yang saling mempengaruhi antara norma subjektif dengan persepsi kontrol perilaku. Dapat diartikan bahwa lingkungan sosial dari orang-orang sekitar tidak berpengaruh terhadap persepsi kontrol perilaku *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia begitu juga sebaliknya.

Hipotesis ketiga, yaitu tidak terdapat hubungan yang saling mempengaruhi antara sikap berperilaku patuh dengan persepsi kontrol perilaku. Dapat diartikan bahwa sikap berperilaku patuh tidak dipengaruhi oleh persepsi kontrol perilaku jika *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia tersebut tidak memiliki pengalaman masa lalu untuk berperilaku patuh.

Hipotesis keempat, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan sikap berperilaku patuh terhadap niat kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi sikap berperilaku patuh pajak, maka cenderung akan meningkatkan niat kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia.

Hipotesis kelima, yaitu tidak terdapat pengaruh yang signifikan Norma subjektif terhadap niat kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia. Dapat diartikan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia.

Hipotesis keenam, yaitu tidak terdapat pengaruh yang signifikan persepsi kontrol perilaku terhadap niat kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia. Dapat diartikan bahwa semakin besar persepsi kontrol perilaku, maka akan semakin kuat juga niat *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia untuk patuh pajak, begitu juga sebaliknya.

Hipotesis ketujuh, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan persepsi kontrol perilaku terhadap perilaku kepatuhan

pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia. Dapat diartikan bahwa persepsi kontrol perilaku bisa memunculkan perilaku kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia.

Hipotesis kedelapan, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan niat berperilaku patuh terhadap perilaku kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia. Dapat diartikan bahwa, perilaku kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia didasari oleh adanya niat untuk berperilaku patuh.

SIMPULAN

Pertama, terdapat hubungan yang saling mempengaruhi antara sikap berperilaku patuh dengan norma subjektif. Kedua, Tidak terdapat hubungan yang saling mempengaruhi antara norma subjektif dengan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Ketiga, Tidak terdapat hubungan yang saling mempengaruhi antara sikap berperilaku patuh dengan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Keempat, Terdapat pengaruh yang signifikan sikap berperilaku patuh terhadap niat kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia. Kelima, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Norma subjektif terhadap niat kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia. Keenam, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan Kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap niat kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia. Ketujuh, Disimpulkan pengaruh yang signifikan Kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap perilaku kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia. Kedelapan, Terdapat pengaruh yang signifikan Niat berperilaku patuh terhadap kepatuhan pajak *merchant-merchant* yang ada di Tokopedia.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (2012). Martin fishbein's legacy: The reasoned action approach. *Annals of the American Academy of Political and Social*

- Science.
<https://doi.org/10.1177/0002716211423363>
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*.
<https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Anjani, D. N., & Restuti, M. M. D. (2016). Analisis Faktor-Faktor Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku Usaha Pada KPP Pratama Salatiga. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*.
- DJP. (2019). Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2019. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jendral Pajak*.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. In *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*.
<https://doi.org/10.4324/9780203838020>
- Harinurdin, E. (2009). Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Badan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*.
- Jony, W. (2010). Internet Marketing for Beginners. *Belanja Elektronik*.
- Mariana, L. (2017). Optimalisasi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada KPP Pratama Makassar Utara. *Jurnal Office*.
<https://doi.org/10.26858/jo.v3i1.3462>
- Meitiana, M. (2017). Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*.
<https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1762>
- Pajak, D. J. (2018). Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak 2018. In *Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jendral Pajak*.
- Prasetyo dan Jannah. (2012). Doc 20. *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Savilla, P., Dzulkirom, M., & Zahroh, A. R. (2018). Pengaruh Administrasi Perpajakan Dan Sumber Daya Manusia Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Di KPP Pratama Malang Selatan). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*.
- Subandi, H., & Fadhil, M. I. I. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak Bendahara Desa Di Kota Batu. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*.
<https://doi.org/10.20473/baki.v3i1.5402>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*.
- Suyanto, S., & Pratama, Y. H. (2018). Kepatuhan wajib pajak orang pribadi: Studi aspek pengetahuan, kesadaran, kualitas layanan dan kebijakan sunset policy. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
<https://doi.org/10.24914/jeb.v21i1.704>
- Widowati, H. (2019). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia. *Katadata.Co.Id*.
- Yakasai, A. B. M., & Jusoh, W. J. W. (2015). Testing the Theory of Planned Behavior in Determining Intention to use Digital Coupon among University Students. *Procedia Economics and Finance*.
[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01145-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01145-4)
- Yasa, I. N. P., & Prayudi, M. A. (2019). Nilai-nilai etika berbasis kearifan lokal dan perilaku kepatuhan perpajakan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
<https://doi.org/10.24914/jeb.v22i2.2527>