EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.6, No.1, November 2026

Pengaruh Tax Awareness, Tax Morale, Dan Tax Attitude Terhadap Kepatuhan Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi

Hersen Bantong[1], Muliani Mangngalla[2]
Program Studi Akuntansi, Universitas Kristen Indonesia Paulus, Makassar, Indonesia
E-mail:hersen936@gmail.com,mulianimangngalla9@gmail.com

Article History:
Received: 28 September 2026
Revised: 01 November 2026
Accepted: 11 November 2026

Keywords: *Tax Awareness, Tax Morale, Tax Attitude, Kepatuhan Wajib Pajak, PLS-SEM*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tax awareness, tax morale, dan tax attitude terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada KPP Pratama Makassar Utara, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden Wajib Pajak Orang Pribadi yang dipilih secara purposive sampling. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, tax awareness (β = 0,231; p = 0,053), tax morale (β = 0,321; p = 0,142), dan tax attitude (β = 0,363; p = 0,098) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pada taraf signifikansi 5%. Namun, secara simultan ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan (R^2 = 0,678; F = 67,5; p < 0,001), yang menunjukkan bahwa 67,8% variasi kepatuhan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran, moral, dan sikap wajib pajak perlu dibangun secara bersamaan, bukan secara terpisah, untuk mendorong kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.*

PENDAHULUAN

Pajak memiliki peran strategis dalam menopang keberlangsungan pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan di tingkat nasional. Penerimaan pajak memungkinkan negara menyediakan berbagai layanan publik, termasuk pembangunan infrastruktur, sektor pendidikan, dan pelayanan kesehatan, yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, optimalisasi penerimaan pajak menjadi prioritas dalam kebijakan fiskal Indonesia.

Kondisi perpajakan di Indonesia pada periode 2025-2026 menghadapi tantangan kepatuhan yang dinamis, khususnya pada sektor Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP). Berdasarkan data Direktorat Jenderal Pajak (DJP), dari target kepatuhan formal sebanyak 16,21 juta wajib pajak pada tahun 2025 (DJP, 2025) rasio kepatuhan masih berfluktuasi di angka 71% hingga akhir Februari 2026, sementara itu realisasi pelaporan SPT Tahunan baru mencapai 4,64 juta (Rizky, 2026), yang menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan besar antara target dan kesadaran masyarakat dalam melapor. Penurunan ini sering dikaitkan dengan masa transisi administrasi ke

Coretax System serta kondisi ekonomi makro. Situasi ini menegaskan bahwa kepatuhan tidak hanya dipengaruhi oleh sistem digital, tetapi sangat bergantung pada aspek fundamental individu seperti *tax awareness*, *tax morale*, dan *tax attitude* dalam merespons kebijakan perpajakan yang terus berkembang (Simanjuntak, 2026).

Tingkat kepatuhan Wajib Pajak merupakan elemen penting dalam mengoptimalkan penerimaan negara dan berpotensi dipengaruhi oleh berbagai faktor. Tingginya kepatuhan pajak mencerminkan efektivitas sistem perpajakan serta tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah, sekaligus berkontribusi langsung terhadap stabilitas fiskal dan keberlanjutan pembiayaan pembangunan nasional. Menurut Madurano & Umaimah (2023), tingkat kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pemahaman terhadap peraturan perpajakan, kemajuan sistem administrasi perpajakan, serta kesadaran dari wajib pajak itu sendiri. Oleh karena itu, peningkatan kepatuhan pajak menjadi fokus utama dalam pengelolaan perpajakan di Indonesia, guna mendukung optimalisasi penerimaan negara dan keberlangsungan pembangunan nasional (Ussamah & Rahayu, 2025).

Menurut Rahmayanti et al. (2020), *tax awareness* merupakan tingkat pemahaman wajib pajak mengenai cara memenuhi ketentuan perpajakan secara tepat. Wajib pajak dengan tingkat kesadaran yang tinggi umumnya memahami kewajiban perpajakannya, mengetahui batas waktu pembayaran maupun pelaporan, serta meyakini bahwa pajak yang dibayarkan memberikan kontribusi bagi kesejahteraan negara (Suhartini, 2025).

Selain kesadaran pajak, moral pajak (*tax morale*) juga memiliki peranan yang sama pentingnya dengan pengetahuan pajak dalam menentukan perilaku wajib pajak dalam mematuhi undang-undang perpajakan. Menurut Nurlela et al. (2021), wajib pajak yang memiliki moral pajak rendah cenderung menemukan berbagai alasan untuk menghindari pembayaran pajak, baik secara legal maupun ilegal. Sedangkan menurut Mahmudah (2018), moral pajak mengacu pada kepatuhan individu dalam membayar pajak yang didorong oleh motivasi dari dalam diri, sehingga aspek ini perlu menjadi perhatian utama bagi otoritas pajak dalam merumuskan kebijakan perpajakan (Anggara & Laksmi, 2024).

Faktor lain yang turut memengaruhi perilaku perpajakan adalah sikap wajib pajak (*tax attitude*) terhadap pajak. Menurut Marpuang (2016), sikap perpajakan dapat dipahami sebagai sikap rasional wajib pajak yang didasarkan pada pertimbangan keuntungan dan kerugian dalam memenuhi kewajiban pajaknya. Sikap ini tercermin dari penilaian wajib pajak terhadap kondisi keuangan yang dihadapi, serta risiko yang mungkin timbul baik ketika membayar maupun tidak membayar pajak (Anwar et al., 2022).

Meskipun berbagai studi telah membahas faktor-faktor tersebut secara parsial, masih terdapat *research gap* dalam menguji pengaruh simultan *tax awareness*, *tax morale*, dan *tax attitude* terhadap kepatuhan pajak WPOP di era *Coretax System* pasca-2025, di mana tantangan digital dan ekonomi makro semakin kompleks.

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior (TPB)

Secara fundamental, perilaku manusia dipandang sebagai suatu tindakan yang didasari oleh pertimbangan rasional dan informasi yang tersedia bagi individu tersebut. *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Icek Ajzen menekankan bahwa keputusan untuk bertindak merupakan hasil akhir dari proses kognitif yang terencana.

Dalam konteks perpajakan, *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa faktor psikologis memiliki peran penting dalam membentuk perilaku wajib pajak orang pribadi dalam memahami

dan menjalankan kewajiban perpajakannya. Teori ini menunjukkan bahwa kesadaran pajak (*tax awareness*), moral pajak (*tax morale*), dan sikap terhadap pajak (*tax attitude*) dapat memengaruhi tingkat kepatuhan pajak yang dimiliki wajib pajak. Melalui pemahaman psikologis tersebut, perilaku kepatuhan pajak tidak hanya dipengaruhi oleh aspek administratif, tetapi juga oleh kesadaran, nilai moral, serta sikap individu terhadap sistem perpajakan.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), terdapat tiga komponen utama yang memengaruhi niat dan perilaku kepatuhan wajib pajak:

1. **Sikap (*Attitude*)**: Menggambarkan evaluasi positif atau negatif wajib pajak terhadap perilaku patuh. Ajzen (1991) menekankan bahwa sikap ini didasari oleh ***behavioral beliefs***, yaitu keyakinan individu mengenai konsekuensi dari kepatuhan pajak. Jika wajib pajak meyakini bahwa membayar pajak akan memberikan manfaat bagi pembangunan negara (konsekuensi positif), maka sikap yang terbentuk akan cenderung mendukung kepatuhan.
2. **Norma Subjektif (*Subjective Norms*)**: Berkaitan dengan pengaruh norma sosial dan lingkungan sekitar. Hal ini berakar pada ***normative beliefs***, yaitu persepsi wajib pajak mengenai harapan orang-orang yang dianggap penting dalam hidupnya (seperti keluarga, rekan bisnis, atau tokoh masyarakat) terkait perilaku perpajakan (Ajzen, 1991). Tekanan sosial untuk patuh akan memperkuat niat individu untuk menjalankan kewajibannya.
3. **Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)**: Mencerminkan sejauh mana wajib pajak merasa mampu mengendalikan perilakunya. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa komponen ini ditentukan oleh ***control beliefs***, yaitu persepsi mengenai keberadaan faktor-faktor yang dapat mempermudah atau menghambat perilaku patuh, seperti kemudahan akses sistem *e-filing* atau tingkat kerumitan peraturan. Berbeda dengan komponen lainnya, persepsi kontrol perilaku dapat memengaruhi perilaku secara langsung jika individu memiliki kontrol yang nyata atas tindakannya.

Ketiga faktor tersebut secara kolektif membentuk niat (*intention*). Menurut Ajzen (1991), niat merupakan indikator seberapa keras seseorang bersedia mencoba dan seberapa besar usaha yang direncanakan untuk dilakukan guna melaksanakan suatu perilaku. Dalam hal ini, niat yang kuat akan mendorong wajib pajak untuk bersikap patuh serta melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Ajzen, 1991).

Tax Awareness

Tax awareness adalah tingkat pemahaman dan kesadaran Wajib Pajak terhadap pajak sebagai salah satu sumber utama pendapatan negara, serta kesadaran bahwa memenuhi kewajiban perpajakan merupakan tanggung jawab yang harus dijalankan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Indriati et al., 2022). Kesadaran ini meliputi pemahaman mengenai fungsi pajak dalam membiayai pembangunan dan penyediaan layanan publik, serta pengaruhnya terhadap kesejahteraan masyarakat. Semakin tinggi tingkat *tax awareness*, semakin besar dorongan bagi Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela, tertib, dan tepat waktu sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.

Menurut Dinda Ayu (2020), kesadaran wajib pajak merupakan keadaan ketika wajib pajak mengetahui, memahami, dan melaksanakan ketentuan perpajakan secara sukarela. Dalam praktiknya, kesadaran ini menjadi faktor krusial bagi keberhasilan sistem perpajakan *self-assessment*. Kesadaran bukan sekadar mengetahui adanya regulasi, melainkan wujud kerelaan wajib pajak untuk berperan aktif dalam pembangunan negara melalui pemenuhan kewajiban pajaknya tanpa adanya unsur paksaan yang dominan. Ketika wajib pajak memiliki tingkat kesadaran yang tinggi, mereka cenderung menganggap membayar pajak sebagai bentuk pengabdian serta tanggung jawab moral kepada negara, sehingga perilaku kepatuhan dipandang

sebagai kontribusi nyata bagi pertumbuhan ekonomi nasional (Tanggu et al., 2021).

Tax Morale

Menurut Luttmer dan Singhal (2014), *tax morale* merupakan motivasi dasar yang bersifat non-ekonomi serta berbagai faktor yang berperan dalam mekanisme kepatuhan membayar pajak melalui seperangkat dorongan mendasar. Motivasi tersebut meliputi:

a. **Motivasi intrinsik**, yaitu kepuasan pribadi seperti rasa bangga ketika menjadi wajib pajak yang taat, atau sebaliknya munculnya rasa malu dan ketidaknyamanan ketika tidak memenuhi kewajiban pajak.
b. **Hubungan timbal balik antara warga negara dan pemerintah**, misalnya kesediaan membayar pajak yang dipengaruhi oleh tersedianya layanan publik yang memadai.
c. **Pengaruh lingkungan sosial**, yaitu bagaimana pandangan dan respons orang lain atau masyarakat sekitar memengaruhi perilaku seseorang dalam membayar pajak.
d. **Faktor budaya jangka panjang**, yakni nilai-nilai yang telah tertanam dalam suatu lingkungan dan diwariskan secara lintas generasi (Hananto et al., 2023).

Tax Attitude

Mengacu pada pemikiran Icek Ajzen (2020), sikap didefinisikan sebagai evaluasi individu terhadap suatu objek atau perilaku berdasarkan perasaan suka atau tidak suka. Sikap terbentuk dari keyakinan seseorang mengenai konsekuensi yang akan diperoleh dari suatu tindakan serta nilai yang diberikan terhadap konsekuensi tersebut. Dalam konteks perpajakan, konsep ini berkembang menjadi *tax attitude*, yaitu sikap Wajib Pajak terhadap pajak dan seluruh aspek yang berkaitan dengannya.

Tax attitude dapat mengarah pada kecenderungan positif maupun negatif dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan. Agusti dan Rahman (2023) menjelaskan bahwa *tax attitude* merupakan sikap Wajib Pajak terhadap peraturan perpajakan, kebijakan pajak, sistem administrasi, hingga pelayanan pajak. Sikap tersebut tercermin dalam respons Wajib Pajak saat memenuhi kewajiban perpajakannya, yang dapat berupa persetujuan atau penolakan, sebagaimana diungkapkan oleh Prasetyawati et al. (2022). Dengan demikian, *tax attitude* mencerminkan bagaimana Wajib Pajak menilai sistem perpajakan secara menyeluruh (Fathima et al., n.d.).

Kepatuhan Wajib Pajak

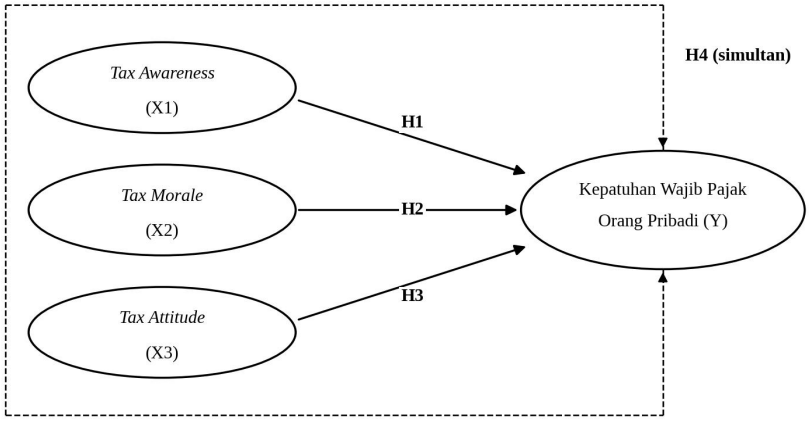
Definisi patuh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Online Edisi IV tahun 2008 adalah suka menurut (perintah); taat (kepada perintah, aturan); berdisiplin. Sedangkan kepatuhan memiliki definisi sifat patuh, ketaatan. Dengan demikian, kepatuhan adalah motivasi seseorang, kelompok, atau organisasi untuk berbuat atau tidak berbuat sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Perilaku patuh seseorang merupakan interaksi perilaku individu, kelompok, dan organisasi.

Wajib pajak yang patuh adalah wajib pajak yang memahami serta melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya secara benar sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Hak dan kewajiban tersebut harus dijalankan secara seimbang; apabila wajib pajak telah memenuhi kewajiban perpajakannya, maka ia berhak memperoleh hak-haknya dalam bidang perpajakan. Wajib pajak patuh juga merupakan wajib pajak yang telah ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak sebagai pihak yang memenuhi kriteria tertentu sebagaimana diatur dalam Keputusan Menteri Keuangan Nomor 544/KMK.04/2000 tentang Kriteria Wajib Pajak yang Dapat Diberikan Pengembalian Pendahuluan atas Kelebihan Pembayaran Pajak.

Kepatuhan wajib pajak menitikberatkan pada bagaimana masyarakat mematuhi serta memahami peraturan hukum yang berlaku. Ketika kebutuhan terhadap penerimaan pajak meningkat, dapat diasumsikan bahwa tuntutan atau permintaan terhadap pajak juga akan semakin bertambah (Cahyaputra, 2016).

Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), kepatuhan pajak dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis wajib pajak. Penelitian ini menguji tiga faktor tersebut, yaitu *tax awareness* (X1), *tax morale* (X2), dan *tax attitude* (X3), terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Y). Kerangka pemikiran penelitian disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Pengaruh Tax Awareness terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Wajib pajak yang memiliki *tax awareness*, yaitu memahami fungsi pajak bagi pembiayaan negara dan menyadari bahwa pemenuhan kewajiban perpajakan adalah tanggung jawabnya, cenderung menjalankan kewajiban perpajakannya secara sukarela. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menemukan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan, baik pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Makassar Utara (Ayu et al., 2021; Nabila & Lestari, 2025) maupun di KPP Pratama Kediri (Ussamah & Rahayu, 2025), serta pada pelaku UMKM di Yogyakarta (Tanggu et al., 2021). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut:

H1: *Tax awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

Pengaruh Tax Morale terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Tax morale merupakan motivasi intrinsik yang bersifat non-ekonomi untuk membayar pajak (Luttmer & Singhal, 2014). Wajib pajak dengan *tax morale* yang tinggi cenderung memenuhi kewajiban perpajakannya tanpa bergantung sepenuhnya pada pengawasan atau sanksi. Tanggu et al. (2021) menemukan bahwa *tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM, dan temuan serupa dilaporkan oleh Ussamah dan Rahayu (2025) pada Wajib Pajak Orang Pribadi. Selain itu, Nurhidayati et al. (2021) dan Nurcahya dan Kuniawati (2022) memosisikan *tax morale* sebagai determinan penting kepatuhan pajak sukarela. Dengan demikian, hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H2: *Tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

Pengaruh Tax Attitude terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Dalam *Theory of Planned Behavior*, sikap terhadap suatu perilaku dibentuk oleh keyakinan mengenai konsekuensi perilaku tersebut (*behavioral beliefs*) dan menjadi salah satu penentu niat serta perilaku (Ajzen, 1991). Wajib pajak yang bersikap positif terhadap sistem dan kewajiban perpajakan diharapkan lebih patuh. Wardani (2021) mengemukakan bahwa persepsi wajib pajak mengenai keadilan sistem pajak membentuk kepatuhan, sedangkan Karmila et al. (2021)

menemukan bahwa sikap rasional wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan di KPP Pratama Bulukumba. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut:

H3: *Tax attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

Pengaruh Tax Awareness, Tax Morale, dan Tax Attitude secara Simultan

Tax awareness, *tax morale*, dan *tax attitude* merupakan faktor psikologis yang saling melengkapi dalam membentuk perilaku patuh. Penelitian terdahulu yang menguji kombinasi faktor serupa, seperti kesadaran, pengetahuan, moral pajak, dan sanksi pajak, melaporkan pengaruh simultan yang signifikan terhadap kepatuhan (Ayu et al., 2021; Nabila & Lestari, 2025; Tanggu et al., 2021; Ussamah & Rahayu, 2025). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis keempat dirumuskan sebagai berikut:

H4: *Tax awareness*, *tax morale*, dan *tax attitude* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam hal ini, penelitian ini menguji pengaruh *Tax Awareness*, *Tax Morale*, dan *Tax Attitude* terhadap Kepatuhan Pajak (Sugiyono, 2019).

Populasi dan Sampel

Populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang telah terdaftar secara resmi sebagai Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Utara. Berdasarkan data yang diperoleh, tercatat jumlah populasi sebanyak 229.391 Wajib Pajak.

Penentuan populasi ini didasarkan pada kriteria bahwa individu tersebut memiliki kewajiban untuk melaporkan dan membayar pajak sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku di wilayah kerja KPP Pratama Makassar Utara. Mengingat jumlah populasi yang besar, maka penelitian ini akan mengambil sebagian dari anggota populasi tersebut untuk dijadikan sampel penelitian dengan menggunakan metode perhitungan tertentu.

Sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu agar data yang diperoleh relevan. Adapun kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Individu yang telah memiliki identitas resmi sebagai Wajib Pajak Terdaftar atau memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
2. Individu yang memiliki penghasilan di atas batasan Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) atau yang wajib membayar pajak.
3. Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) yang terdaftar secara resmi di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Utara.
4. Individu yang telah memenuhi kewajiban perpajakannya dengan melaporkan SPT Tahunan untuk Tahun Pajak 2025.

Penentuan Ukuran Sampel. Mengingat jumlah populasi yang besar, maka penelitian ini menggunakan Rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel yang representatif. Penggunaan rumus ini bertujuan agar hasil penelitian tetap memiliki tingkat akurasi yang dapat dipertanggungjawabkan meskipun tidak mengambil seluruh anggota populasi. Rumus Slovin

yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N(e)^2)$$

Keterangan:

- n = Ukuran Sampel
- N = Ukuran Populasi (229.391 Wajib Pajak)
- e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10% atau 0,1).

Penentuan tingkat kesalahan sebesar 10% diambil dengan pertimbangan keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya peneliti, serta mengingat jumlah populasi yang sangat besar sehingga tingkat kesalahan tersebut dinilai masih dalam batas kewajaran untuk penelitian ilmu sosial.

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungan ukuran sampel dalam penelitian ini adalah:

$n = 229.391 / (1 + 229.391(0,1)^2) = 229.391 / (1 + 2.293,91) = 229.391 / 2.294,91 = 99,96$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel minimal sebesar 99,96 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Jumlah ini dinilai telah mewakili karakteristik populasi Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Makassar Utara untuk diolah lebih lanjut dalam pengujian statistik.

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden sebagai sumber asli melalui proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti.
2. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner elektronik melalui *Google Form* yang disebarkan kepada individu yang memenuhi kriteria sampel. Instrumen penelitian disusun dengan menggunakan skala pengukuran Likert 1-5, yang terdiri atas pilihan jawaban dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Y)	Tindakan nyata wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, mencakup aspek administratif maupun kewajiban finansial.	1. Transparansi pengungkapan seluruh pendapatan. 2. Keakuratan perhitungan dan pelaporan pajak terutang. 3. Kedisiplinan pembayaran pajak tepat waktu. 4. Kelengkapan dan kebenaran pengisian SPT. 5. Ketepatan waktu dalam pelaporan SPT.	(Hidayah & Anshori, 2023); (Maksum & Widaryanti, 2023)
Tax Awareness (X1)	Kesadaran individu akan perannya sebagai warga negara untuk berkontribusi melalui sistem perpajakan.	1. Kesadaran akan fungsi pajak bagi negara. 2. Kesadaran akan konsekuensi hukum. 3. Kesadaran manfaat pajak bagi masyarakat.	(Ayu et al., 2021); (Nabila, 2025); (Nur, 2018)
Tax Morale (X2)	Motivasi batin atau prinsip etika individu untuk bersikap jujur dan patuh menjalankan kewajiban perpajakan.	1. Prinsip kejujuran dalam melapor. 2. Rasa tanggung jawab moral. 3. Kepercayaan terhadap keadilan	(Nurhidayati et al., 2021); (Nurcahya & Kuniawati, 2022);

		sistem.	(Aini et al., 2025)
Tax Attitude (X3)	Respon atau penilaian individu (positif atau negatif) terhadap kebijakan, tarif, dan pelayanan sistem perpajakan.	1. Persepsi keadilan tarif pajak. 2. Sikap terhadap kualitas pelayanan pemerintah. 3. Dukungan terhadap kebijakan perpajakan.	(Adelia, 2025); (Wardani, 2021)

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (diletakkan di tengah atas)

Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini diolah menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian atau *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Analisis data dengan SmartPLS dilakukan melalui dua tahap evaluasi model utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*):

1. **Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*).** Uji ini dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas dari setiap indikator terhadap variabel latennya, meliputi: (a) Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*) berdasarkan nilai *outer loading* > 0,70 (nilai 0,50-0,60 masih dapat ditoleransi untuk penelitian tahap pengembangan) dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50; (b) Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*) melalui *Fornell-Larcker Criterion* dan nilai *cross loading*; (c) Uji Reliabilitas melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* > 0,60 (idealnya > 0,70).
2. **Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*).** Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, pengujian dilanjutkan ke *inner model*, meliputi: (a) Pengujian Multikolinearitas (*Inner VIF Values*) dengan nilai VIF di bawah 5,0; (b) Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur persentase variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas, dengan nilai 0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing menunjukkan model kuat, moderat, dan lemah; (c) Uji Hipotesis (*Path Coefficients*) menggunakan prosedur *bootstrapping* di SmartPLS, di mana hipotesis diterima jika nilai statistik t > 1,96 (α = 5%) atau nilai *p-values* < 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden dan Statistik Deskriptif

Kuesioner disebarkan melalui tautan (*link*) *Google Form* kepada Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Makassar Utara dan memenuhi kriteria sampel. Karena disebarkan melalui tautan, jumlah kuesioner yang tersebar tidak dapat dihitung secara pasti sehingga *response rate* tidak dilaporkan. Jumlah tanggapan yang layak diolah adalah 100 responden, sesuai ukuran sampel minimal. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	49	49,0%
	Perempuan	51	51,0%
Usia	≤ 29 tahun	31	31,0%
	30-39 tahun	30	30,0%
	40-49 tahun	13	13,0%
	50-59 tahun	13	13,0%
	≥ 60 tahun	12	12,0%

	Tidak valid/kosong	1	1,0%
Pendidikan terakhir	SMA/SMK	20	20,0%
	Diploma (D3/D4)	17	17,0%
	S1/Profesi	53	53,0%
	S2	10	10,0%
Pekerjaan	Pegawai swasta/BUMN	27	27,0%
	PNS/ASN/TNI/Polri	27	27,0%
	Wiraswasta/pemilik usaha/UMKM	13	13,0%
	Pekerja bebas/profesional	12	12,0%
	Lainnya	21	21,0%
Estimasi penghasilan per bulan	Rp4.500.000-Rp10.000.000	79	79,0%
	Rp10.000.000-Rp25.000.000	15	15,0%
	> Rp25.000.000	2	2,0%
	Lainnya	4	4,0%

Sumber: Data primer diolah (2026).

Responden terdiri atas 51 perempuan (51,0%) dan 49 laki-laki (49,0%), dengan rata-rata usia 39,5 tahun (rentang 22-69 tahun; satu isian usia tidak valid). Sebagian besar responden berpendidikan S1/Profesi (53,0%) dan berpenghasilan Rp4.500.000-Rp10.000.000 per bulan (79,0%).

Statistik deskriptif jawaban responden disajikan pada Tabel 3. Seluruh variabel berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi. Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi memiliki rata-rata tertinggi (4,22), sehingga jawaban responden cenderung terkumpul di sisi atas skala. Kategori ditentukan dengan interval skala 1-5 (1,00-1,80 sangat rendah; 1,81-2,60 rendah; 2,61-3,40 sedang; 3,41-4,20 tinggi; 4,21-5,00 sangat tinggi). Nilai dihitung dari indikator yang dipertahankan dalam model.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Jml. Indikator	Min	Maks	Rata-rata	Std. Dev.	Kategori
Tax Awareness (X1)	4	1,00	5,00	3,96	0,85	Tinggi
Tax Morale (X2)	6	1,00	5,00	4,15	0,79	Tinggi
Tax Attitude (X3)	5	1,40	5,00	4,00	0,77	Tinggi
Kepatuhan WP OP (Y)	6	1,00	5,00	4,22	0,74	Sangat tinggi

Sumber: Data primer diolah (2026).

Hasil Analisis Data (SmartPLS)

Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian atau *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Tahapan analisis data dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*)

untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, serta evaluasi model struktural (*inner model*) untuk menguji koefisien determinasi dan hipotesis penelitian.

Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*). Uji validitas konvergen dinilai melalui nilai *outer loading* setiap indikator dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Pada evaluasi awal, indikator PTA1 (0,653), PTA3 (0,694), dan PTT1 (0,681) memiliki *outer loading* di bawah 0,70 sehingga dikeluarkan dari model. Setelah pengeluaran tersebut, seluruh 21 indikator yang tersisa pada variabel *Tax Awareness* (X1), *Tax Morale* (X2), *Tax Attitude* (X3), dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Y) memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, yaitu berkisar antara 0,742 hingga 0,924 (Tabel 4).

Tabel 4. Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading
Tax Awareness (X1)	PTA2	0,870
	PTA4	0,812
	PTA5	0,847
	PTA6	0,863
Tax Morale (X2)	PTM1	0,862
	PTM2	0,883
	PTM3	0,900
	PTM4	0,873
	PTM5	0,801
	PTM6	0,809
Tax Attitude (X3)	PTT2	0,742
	PTT3	0,829
	PTT4	0,854
	PTT5	0,798
	PTT6	0,824
Kepatuhan WP OP (Y)	PKW1	0,853
	PKW2	0,924
	PKW3	0,883
	PKW4	0,870
	PKW5	0,890
	PKW6	0,864

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4 (2026).

Selain itu, nilai AVE dan reliabilitas konstruk untuk masing-masing variabel disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Average Variance Extracted (AVE) dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	CR (rho_a)	CR (rho_c)	AVE
Tax Awareness (X1)	0,870	0,875	0,911	0,719
Tax Morale (X2)	0,926	0,930	0,942	0,732
Tax Attitude (X3)	0,870	0,882	0,905	0,657
Kepatuhan WP OP (Y)	0,942	0,944	0,954	0,776

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4 (2026).

Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel memiliki nilai AVE > 0,50 (berkisar antara 0,657 hingga 0,776) yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki validitas konvergen yang baik.

Uji Reliabilitas (*Reliability Test*). Reliabilitas konstruk diukur menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* (0,870-0,942), *Composite Reliability* (rho_a) (0,875-0,944), dan *Composite Reliability* (rho_c) (0,905-0,954) yang berada di atas batas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik.

Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*). Uji validitas diskriminan dievaluasi menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) (Tabel 6). Nilai akar AVE setiap variabel laten (0,810-0,881) lebih besar daripada korelasi variabel tersebut dengan variabel lain dalam model (0,667-0,786). Seluruh nilai HTMT berkisar antara 0,730 hingga 0,866, berada di bawah batas 0,90. Nilai HTMT antara *Tax Awareness* dan *Tax Morale* (0,866) sedikit melampaui batas konservatif 0,85, tetapi masih memenuhi batas 0,90, sehingga validitas diskriminan dinyatakan terpenuhi.

Tabel 6(a). Fornell-Larcker Criterion (diagonal = akar AVE)

Variabel	X1	X2	X3	Y
Tax Awareness (X1)	0,848			
Tax Morale (X2)	0,786	0,855		
Tax Attitude (X3)	0,706	0,667	0,810	
Kepatuhan WP OP (Y)	0,739	0,745	0,740	0,881

Tabel 6(b). Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Variabel	X1	X2	X3	Y
Tax Awareness (X1)				
Tax Morale (X2)	0,866			
Tax Attitude (X3)	0,802	0,730		
Kepatuhan WP OP (Y)	0,810	0,793	0,802	

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4 (2026).

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, tahapan berikutnya adalah evaluasi model struktural untuk melihat hubungan antar variabel, besaran determinasi, serta pengujian hipotesis.

Uji Multikolinearitas (*Inner VIF*). Sebelum menilai koefisien jalur, dilakukan pemeriksaan

kolinearitas antarvariabel bebas melalui nilai *inner* VIF pada Tabel 7. Seluruh nilai VIF berada di bawah 5 (berkisar antara 2,136 hingga 3,094), sehingga tidak terdapat masalah kolinearitas yang serius antarvariabel bebas.

Tabel 7. Nilai Inner VIF

Jalur	Inner VIF
Tax Awareness (X1) → Kepatuhan (Y)	3,094
Tax Morale (X2) → Kepatuhan (Y)	2,798
Tax Attitude (X3) → Kepatuhan (Y)	2,136

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4 (2026).

Koefisien Determinasi (R^2). Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai R^2 (R-square) untuk variabel Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Y) sebesar 0,678 (dengan R-square adjusted sebesar 0,668). Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 67,8% variasi tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dapat dijelaskan oleh Tax Awareness (X1), Tax Morale (X2), dan Tax Attitude (X3), sedangkan sisanya sebesar 32,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Berdasarkan kriteria pada bagian metode (0,25 = lemah; 0,50 = moderat; 0,75 = kuat), nilai R^2 sebesar 0,678 termasuk dalam kategori moderat.

Uji Hipotesis (Pengaruh Langsung / *Path Coefficients*). Pengujian hipotesis parsial dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* pada aplikasi SmartPLS dengan 5.000 subsampel (jumlah kasus 100) dan pengujian dua arah (*two-tailed*) pada tingkat signifikansi 5%. Hipotesis dinyatakan diterima jika nilai statistik t > 1,96 atau nilai *p-values* < 0,05 (α = 5%). Ringkasan hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis (Path Coefficients)

Hipotesis	Jalur	O	M	Std Dev	T Stat	P Values	Keputusan
H1	Tax Awareness (X1) → Kepatuhan (Y)	0,231	0,220	0,119	1,934	0,053	Ditolak
H2	Tax Morale (X2) → Kepatuhan (Y)	0,321	0,386	0,219	1,468	0,142	Ditolak
H3	Tax Attitude (X3) → Kepatuhan (Y)	0,363	0,311	0,219	1,655	0,098	Ditolak

Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4 (2026). Uji dua arah, α = 5%.

Ukuran Efek (*Effect Size* f^2). Nilai *effect size* (f^2) menunjukkan bahwa *tax attitude* memiliki ukuran efek sedang terhadap kepatuhan (f^2 = 0,192), *tax morale* berukuran efek kecil mendekati sedang (f^2 = 0,114), dan *tax awareness* berukuran efek kecil (f^2 = 0,054), dengan batas 0,02 (kecil), 0,15 (sedang), dan 0,35 (besar).

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian statistik pada Tabel 8, pembahasan mengenai pengaruh masing-masing variabel terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi adalah sebagai berikut:

1. **Pengaruh *Tax Awareness* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (H1).** Hasil analisis jalur menunjukkan koefisien jalur (*original sample*) sebesar 0,231 dengan nilai *t-statistic* sebesar 1,934 (< 1,96) dan nilai *p-values* sebesar 0,053 (> 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa *tax awareness* memiliki arah pengaruh positif, tetapi pengaruh

tersebut tidak signifikan pada taraf signifikansi 5% sehingga H1 ditolak. Nilai *p-values* yang hanya sedikit di atas 0,05 tidak dapat ditafsirkan sebagai pengaruh yang signifikan; hasil tersebut hanya berarti bahwa bukti statistik pada sampel penelitian ini belum cukup untuk menyimpulkan adanya pengaruh. Secara praktis, tingkat pemahaman responden mengenai fungsi dan manfaat pajak belum cukup menjelaskan perbedaan tingkat kepatuhan di antara mereka. Hasil ini berbeda dengan Ayu et al. (2021) dan Nabila dan Lestari (2025) yang meneliti Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP yang sama dan menemukan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan (p masing-masing 0,012 dan 0,034). Hasil yang berbeda juga dilaporkan oleh Tanggu et al. (2021) pada pelaku UMKM di Yogyakarta (p = 0,012) dan Ussamah dan Rahayu (2025) pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kediri (p < 0,001). Perbedaan tersebut diduga berkaitan dengan metode analisis: penelitian terdahulu menggunakan regresi linear berganda, sedangkan penelitian ini menggunakan PLS-SEM dengan variabel laten yang diuji bersama *tax morale* dan *tax attitude*. Dalam model ini, *tax awareness* berkorelasi kuat dengan *tax morale* (r = 0,786; HTMT = 0,866), sehingga kontribusi uniknya terhadap kepatuhan menjadi lebih kecil.

2. **Pengaruh *Tax Morale* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (H2).** Hasil analisis jalur menunjukkan koefisien jalur (*original sample*) sebesar 0,321 dengan nilai *t-statistic* sebesar 1,468 (< 1,96) dan nilai *p-values* sebesar 0,142 (> 0,05). Hal ini mengindikasikan bahwa *tax morale* berpengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Makassar Utara, sehingga H2 ditolak. Temuan ini berbeda dari pandangan teoretis bahwa motivasi intrinsik (rasa bangga atau malu), hubungan timbal balik dengan pemerintah, dan pengaruh lingkungan sosial mendorong kepatuhan (Luttmer & Singhal, 2014). Temuan ini juga berbeda dengan Tanggu et al. (2021) yang menemukan bahwa *tax morale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM (p = 0,003), serta dengan Ussamah dan Rahayu (2025) pada Wajib Pajak Orang Pribadi (p = 0,020). Nurhidayati et al. (2021) dan Nurcahya dan Kuniawati (2022) tidak menguji pengaruh *tax morale* terhadap kepatuhan, tetapi menunjukkan bahwa *tax morale* sendiri dibentuk oleh faktor lain, seperti kepercayaan kepada pemerintah, norma, kelompok rujukan, dan persepsi korupsi, yang tidak diukur dalam penelitian ini. Selain itu, 54% responden penelitian ini adalah pegawai (PNS/ASN/TNI/Polri dan pegawai swasta/BUMN) yang pajak penghasilannya sebagian besar dipotong oleh pemberi kerja. Wardani (2021) menjelaskan bahwa pada kelompok pekerja dengan *withholding tax system* hanya sebagian kecil keputusan untuk patuh berada di tangan wajib pajak, sehingga dorongan moral individu tidak selalu tercermin dalam perilaku kepatuhan.
3. **Pengaruh *Tax Attitude* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (H3).** Hasil analisis jalur menunjukkan koefisien jalur (*original sample*) sebesar 0,363 dengan nilai *t-statistic* sebesar 1,655 (< 1,96) dan nilai *p-values* sebesar 0,098 (> 0,05). Koefisien ini merupakan yang terbesar di antara ketiga variabel bebas, tetapi standar deviasinya yang relatif besar (0,219) membuat pengaruhnya tidak signifikan pada taraf 5%, sehingga H3 ditolak. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, sikap membentuk niat, dan niat inilah yang kemudian mewujud menjadi perilaku (Ajzen, 1991). Karena niat tidak diukur dalam penelitian ini, hubungan langsung antara sikap dan kepatuhan dapat menjadi lebih lemah. Dengan demikian, sikap terhadap kebijakan perpajakan belum terbukti berpengaruh langsung terhadap kepatuhan dalam pelaporan pajak. Hasil ini berbeda dengan Karmila et al.

(2021) yang menemukan bahwa sikap rasional wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan di KPP Pratama Bulukumba ($p < 0,001$). Perbedaan konstruk perlu diperhatikan: sikap rasional pada penelitian tersebut berkaitan dengan pertimbangan untung dan rugi dalam memenuhi kewajiban pajak, sedangkan *tax attitude* pada penelitian ini mencakup penilaian terhadap kemudahan *e-filing*, ketegasan sanksi, pencatatan penghasilan, batas waktu pelaporan, dan pandangan terhadap kewajiban pajak. Wardani (2021) mengemukakan bahwa persepsi wajib pajak mengenai keadilan sistem pajak membentuk kepatuhan, tetapi penelitiannya bersifat deskriptif-komparatif dan tidak menguji pengaruh persepsi tersebut secara statistik, sehingga tidak dapat dibandingkan langsung dengan hasil penelitian ini.

4. **Pengaruh *Tax Awareness*, *Tax Morale*, dan *Tax Attitude* Secara Simultan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (H4).** Nilai R^2 sebesar 0,678 (adjusted R^2 0,668) menunjukkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama menjelaskan 67,8% variasi kepatuhan dengan kategori moderat. Dengan $n = 100$ dan $k = 3$, uji F pada regresi skor variabel laten menghasilkan $F(3, 96) = 67,5$ ($p < 0,001$), sehingga H4 diterima: *tax awareness*, *tax morale*, dan *tax attitude* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Hasil ini sejalan dengan Ayu et al. (2021), Nabila dan Lestari (2025), Tanggu et al. (2021), serta Ussamah dan Rahayu (2025) yang seluruhnya melaporkan pengaruh simultan yang signifikan terhadap kepatuhan (signifikansi $F \leq 0,005$). Nilai R^2 penelitian ini (0,678) lebih tinggi daripada R^2 pada Ayu et al. (0,207) dan Nabila dan Lestari (0,104), dan mendekati Ussamah dan Rahayu (0,782).

Keterbatasan. Pertama, jumlah responden sebanyak 100 orang membatasi daya uji statistik. Kedua, responden dibatasi pada Wajib Pajak yang telah melaporkan SPT Tahunan 2025, dan rata-rata skor kepatuhan sangat tinggi (4,22 dari 5), sehingga variasi kepatuhan sempit (*range restriction*) dan cenderung melemahkan hubungan statistik. Ketiga, penggunaan *purposive sampling* dengan penyebaran melalui tautan membuat hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi kepada seluruh Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Makassar Utara.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai pengaruh *Tax Awareness*, *Tax Morale*, dan *Tax Attitude* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Makassar Utara dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. ***Tax Awareness* (Kesadaran Pajak) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (H1 ditolak).** *Tax awareness* memiliki arah pengaruh positif ($\beta = 0,231$; $t = 1,934$; $p = 0,053$), tetapi pengaruh tersebut tidak signifikan pada taraf signifikansi 5%. Nilai p yang hanya sedikit di atas 0,05 berarti bukti statistik pada sampel penelitian ini belum cukup untuk menyimpulkan adanya pengaruh.
2. ***Tax Morale* (Moral Pajak) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (H2 ditolak).** *Tax morale* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan ($\beta = 0,321$; $t = 1,468$; $p = 0,142$). Dorongan motivasi internal wajib pajak belum terbukti secara statistik meningkatkan kepatuhan pada taraf signifikansi 5%.
3. ***Tax Attitude* (Sikap Wajib Pajak) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (H3 ditolak).** *Tax attitude* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan ($\beta = 0,363$; $t = 1,655$; $p = 0,098$). Koefisien ini merupakan yang terbesar di antara

ketiga variabel bebas, namun tetap tidak memenuhi kriteria signifikansi pada taraf 5%.

4. ***Tax Awareness,Tax Morale, danTax Attitude* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (H4 diterima).** Ketiga variabel secara bersama-sama menjelaskan 67,8% variasi kepatuhan (R^2 = 0,678; kategori moderat; F = 67,5; p < 0,001), sedangkan 32,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan temuan dalam penelitian ini, diajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang konstruktif bagi berbagai pihak:

1. **Bagi Direktorat Jenderal Pajak (khususnya KPP Pratama Makassar Utara):** Mengingat pengaruh parsial moral pajak, sikap, dan kesadaran pajak belum terbukti signifikan pada taraf 5% meskipun ketiganya secara simultan menjelaskan 67,8% variasi kepatuhan, pihak KPP Pratama Makassar Utara disarankan untuk terus meningkatkan intensitas sosialisasi dan bimbingan teknis terkait kemudahan sistem administrasi perpajakan terbaru (seperti adaptasi penggunaan *Coretax System*). Edukasi harus difokuskan untuk memperjelas hubungan timbal balik antara pajak yang dibayarkan dan fasilitas publik yang dirasakan langsung oleh masyarakat. Selain itu, perlu adanya penguatan layanan konsultasi perpajakan yang lebih interaktif dan responsif guna memfasilitasi wajib pajak yang mengalami kendala teknis dalam pelaporan SPT, sehingga sikap positif (*tax attitude*) wajib pajak dapat diwujudkan secara nyata dalam bentuk kepatuhan formal.
2. **Bagi Peneliti Selanjutnya:** Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lain yang relevan dengan kepatuhan wajib pajak di era digital, seperti digitalisasi pajak, sanksi perpajakan, atau kualitas pelayanan fiskus (*tax service quality*). Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas cakupan sampel atau menggunakan metode pengumpulan data campuran (*mix-method*) guna menggali lebih dalam alasan kualitatif mengapa faktor moral dan sikap belum sepenuhnya berdampak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, serta menambah jumlah responden dan menyertakan Wajib Pajak dengan tingkat kepatuhan yang lebih beragam (tidak hanya yang telah melaporkan SPT).

DAFTAR PUSTAKA

Adelia, A. Z. A. (2025). Pengaruh Keadilan Pajak, Tarif Pajak, dan Teknologi Informasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi. *4*(8), 5511-5518.

Aini, A. N., Suhatmi, E. C., & Meikhati, E. (2025). Sosialisasi pajak sebagai moderasi pengaruh literasi pajak dan digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi (BISMAK)*, *5*(2), 84-98.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179-211.

Anggara, M. Z., & Laksmi, A. C. (2024). Pengaruh kesadaran wajib pajak, tax moral dan pemahaman keuntungan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi dalam negeri. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, *6*, 360-364.

Ayu, D., Mahardian Hersanti P., & Ilham. (2021). Pengaruh pengetahuan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada KPP Pratama Makassar Utara. *Jurnal Pabean*, *3*(2), 159-170.

Cahyaputra. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Memenuhi Kewajiban Membayar Pajak di Surabaya. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, *6*(2), 189-200.

Debrinata Rizky, E. D. (2026). Pelaporan SPT Tahunan 2025 Tembus 4,64 Juta, Aktivasi Akun

Coretax Capai 14,69 Juta. KOMPAS.Com.

DJP. (2025). Kinerja Penyampaian SPT Tahunan 12 April 2025. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Fathima, I., Murthy, M., & Petra, U. K. (n.d.). Pengaruh Tax Attitudes, Probability of Detection, dan Tax Complexity terhadap Tax Compliance. 1-38.

Hananto, H., Subiantoro, G., & Hastuti, M. E. (2023). Pengaruh Tax Morale terhadap Tax Evasion Intention di Surabaya dengan Kepribadian Conscientiousness & Agreeableness sebagai Moderasi. *Wahana Riset Akuntansi*, *11*(1), 21.

Hidayah, A. T., & Anshori, I. (2023). Jurnal Akuntansi dan Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, *24*(01), 1-7.

Indriati, H., Pardanawati, S. L., Utami, W. B., & Wahyuningtyas, N. (2022). Pengaruh kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan, dan pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi (studi empiris Kabupaten Klaten). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, *23*(1).

Karmila, Bulutoding, L., & Anwar, P. H. (2021). Pengaruh tax knowledge dan attitude rasionality terhadap kepatuhan wajib pajak dengan religiusitas sebagai variabel moderating. *ISAFIR: Islamic Accounting and Finance Review*, *2*(2), 166-178.

Luttmer, E. F. P., & Singhal, M. (2014). Tax morale. *Journal of Economic Perspectives*, *28*(4), 149-168.

Madurano, S. Z. P., & Umaimah. (2023). Pengaruh pemahaman peraturan perpajakan, modernisasi sistem administrasi perpajakan, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, *2*(3), 437-456.

Maksum, M. A., & Widaryanti, W. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak. *Solusi*, *21*(1), 67-74.

Marpuang, A. E. P. (2016). Pengaruh pemahaman, sikap rasional, perubahan tarif, tingkat pendidikan dan sosialisasi terhadap kepatuhan pelaku UMKM di Pekanbaru dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. *Jom Fekom*, *3*(1), 1220-1234.

Nabila, M., & Lestari, A. I. (2025). Pengaruh kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada KPP Pratama Makassar Utara. *Axegnal: Tax and Economic Insights Journal*, *1*(2).

Nur, M. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan. *Jurnal Pengembangan Sumber Daya Insani*, *03*, 354-362.

Nurcahya, S. D., & Kuniawati, L. (2022). Determinan Tax Morale Pada Orang Pribadi Non Karyawan: Studi Empiris Pada Mitra Go-Jek Indonesia. *Scientax*, *4*(1), 82-106.

Nurhidayati, Muamarah, H. S., & Budiarsih, R. (2021). Analisis determinan tax morale pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Akurasi: Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, *4*(2), 257-272.

Simanjuntak, A. K. M. (2026). DJP: 4,05 Juta WP Sudah Sampaikan SPT Tahunan. DDTC News.

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif; Kualitatif; dan R&D* (M. Sutopo, S.Pd., Ed.; edisi revisi). Alfabeta, CV.

Suhartini, A. S. Z. D. (2025). Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi): Pengaruh Tax Awareness, Tax Morale, dan Peer Group terhadap Tax Compliance Wajib Pajak Orang Pribadi. *14*(04), 1879-1889.

Tanggu, A. A. Y., Ayem, S., & Erawati, T. (2021). Pengaruh tax awareness, tax morale, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Yogyakarta. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, *4*(2), 203-234.

Ussamah, Q. A. N., & Rahayu, P. (2025). Pengaruh tax awareness, tax understanding, dan tax morale terhadap tax compliance wajib pajak orang pribadi. *Kajian Ekonomi dan Akuntansi Terapan*, *2*(4), 382-392.

Wardani, F. A. (2021). Persepsi keadilan dan kepatuhan pajak pada wajib pajak pengusaha dan pekerja di Kota Salatiga. *Perspektif Akuntansi*, *4*(2), 145-173.