

**PENGARUH DIGITALISASI PAJAK DAN SOSIALISASI LAYANAN
PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI
DENGAN *TECHNOSTRESS* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH:
YUNI RINA ANGELLA
12190448**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI AKUNTANSI
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2023**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuni Rina Angella
NIM : 12190448
Program studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH DIGITALISASI PAJAK DAN SOSIALISASI LAYANAN PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DENGAN *TECHNOSTRESS* SEBAGAI VARIABEL MODERASI”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 04 Juli 2023

Yang menyatakan



Yuni Rina Angella
NIM.12190448

**PENGARUH DIGITALISASI PAJAK DAN SOSIALISASI LAYANAN
PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI
DENGAN *TECHNOSTRESS* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi



**DISUSUN OLEH:
YUNI RINA ANGELLA
12190448**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI AKUNTANSI
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH DIGITALISASI PAJAK DAN SOSIALISASI LAYANAN PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DENGAN
TECHNOSTRESS SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

YUNI RINA ANGELLA

12190448

dalam Ujian Skripsi Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Akuntansi pada tanggal 27 Juni 2023

Nama Dosen	Tanda Tangan
1. Dra. Agustini Dyah respati, MBA. (Dosen Penguji)	: 
2. Servatia Mayang Setyowati, S.Pd., M.Sc. (Dosen Penguji)	: 
3. Astuti Yuli Setyani, SE., M.Si., Ak., CA. (Ketua Tim/Dosen Pembimbing)	: 

Yogyakarta, 03 Juli 2023

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, SE., M. Si.

Ketua Program Studi Akuntansi



Christine Novita Dewi, SE, MAcc, Ak, CA. CMA.,CPA.

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“PENGARUH DIGITALISASI PAJAK DAN SOSIALISASI LAYANAN PAJAK
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DENGAN
TECHNOSTRESS SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya,

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 9 Juni 2023



Yuni Rina Angella

DUTA WACANA

HALAMAN MOTO

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan.”

(Yesaya 41:10)

“Life ia a path full of efforts”

(Byun Baekhyun)

“Iso raiso kudu iso”

(Unknown)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menyertai dan memberkati sehingga skripsi ini dapat peneliti selesaikan dengan baik.
2. Kedua orangtua dan kakak-kakak peneliti yang selalu memberikan dukungan baik secara material dan moral.
3. Astuti Yuli Setyani, SE, M.Si., Ak selaku dosen pembimbing yang selama ini telah tulus meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam menyusun skripsi.
4. Segenap dosen Program Studi Akuntansi Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan ilmu dan didikan selama menjalani perkuliahan.
5. Teman-teman seperjuangan Alda, Shelly, Sha-sha, Sela, Divine, Nilam, Laras, Indah, Ambon, Daniel yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
6. *Last but not least*, terima kasih kepada Byun Baekhyun dan EXO yang selalu memberikan energi positif melalui musik dan karyanya. Terima kasih sudah memberikan motivasi untuk terus maju dan bertahan serta membuat hari-hari peneliti lebih baik. We are One, EXO, Saranghaja.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Astuti Yuli Setyani, SE, M.Si., Ak, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Masyarakat berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
3. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
4. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 9 Juni 2023



Yuni Rina Angella

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kontribusi Penelitian.....	1
1.5 Batasan Penelitian	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	2
2.1 Landasan Teori	2
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	2
2.1.2 <i>Teori Advertising Exposure Model</i>	3
2.2 Digitalisasi Pajak	4
2.3 Sosialisasi Iklan Pajak	5
2.4 Kepatuhan Pajak.....	6
2.5 Technostress	7
2.6 Penelitian Terdahulu.....	9
2.7 Pengembangan Hipotesis	11
2.7.1 Pengaruh Digitalisasi Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak.....	11
2.7.2 Pengaruh Sosialisasi Iklan Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak.....	12
2.7.3 Pengaruh Technostress sebagai variabel moderasi	13
2.7.4 Pengaruh Technostress sebagai variabel moderasi	14
2.8 Kerangka Konseptual	14
BAB III METODA PENELITIAN.....	16
3.1 Data dan Sumber.....	16
3.1.1 Sumber data	16
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.1.3 Populasi dan Sampel.....	17
3.2 Definisi Variabel dan Pengukurannya	18
3.2.1 Definisi Variabel.....	18
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	20
3.3 Teknik Analisis Data.....	21
3.3.1 Statistik Deskriptif.....	21
3.3.2 Pengujian Instrumen Penelitian	21
3.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	22
3.3.4 Uji Hipotesis	24

3.3.5 Uji Kelayakan Model.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	28
4.2 Karakteristik Responden	29
4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	30
4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	31
4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
4.2.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	33
4.3 Hasil Analisis Data	33
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	33
4.4 Uji Kualitas Data	35
4.4.1 Uji Validitas	35
4.4.2 Uji Realibilitas	36
4.5 Uji Asumsi Klasik	37
4.5.1 Uji Normalitas.....	37
4.5.2 Uji Multikolonieritas.....	37
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	38
4.6 Uji Hipotesis.....	39
4.6.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	39
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
4.6.3 Uji parsial T	41
4.6.4 Uji Simultan F.....	41
4.6.5 Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	42
4.7 Pembahasan	43
4.7.1 Pengaruh Digitalisasi Pajak Terhadap Kepatuhan.....	43
4.7.2 Pengaruh Sosialisasi Layanan Iklan Terhadap Kepatuhan	43
4.7.3 Pengaruh Digitalisasi Pajak Terhadap Kepatuhan	44
4.7.4 Pengaruh Sosialisasi Layanan Iklan Terhadap Kepatuhan	46
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN PENELITIAN.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Keterbatasan Penelitian	48
5.3 Penelitian Selanjutnya	48
DAFTAR PUSTAKA	49



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rasio Kepatuhan Wajib Pajak.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Lainnya	10
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner	28
Tabel 4. 2 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4. 3 Klasifikasi Berdasarkan Umur	30
Tabel 4. 4 Klasifikasi Berdasarkan Penelitian Terakhir.....	31
Tabel 4. 5 Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4. 6 Klasifikasi Berdasarkan Penghasilan	33
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif.....	34
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 4. 9 Hasil Uji Realibilitas	36
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	37
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolonieritas	38
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji R Square, Uji T, dan.....	39
Tabel 4. 14 Hasil Uji Moderasi (MRA)	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual 14



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	54
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan	58
Lampiran 4 Data Responden.....	62
Lampiran 5 Jawaban Responden.....	69
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	77
Lampiran 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Lampiran 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
Lampiran 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	78
Lampiran 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Lampiran 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	79
Lampiran 12 Uji Validitas.....	79
Lampiran 13 Uji Reliabilitas.....	81
Lampiran 14 Uji Analisis Klasik.....	82
Lampiran 15 Uji Regresi Berganda.....	84
Lampiran 16 Uji Regresi Moderasi (MRA).....	85
Lampiran 17 Halaman Persetujuan	86
Lampiran 18 Kartu Konsul	87
Lampiran 19 Lembar Revisi dan Bukti ACC Revisi	89
Lampiran 20 Screenshot Poin Keaktifan	90
Lampiran 21 Turnitin	91

**PENGARUH DIGITALISASI PAJAK DAN SOSIALISASI LAYANAN
PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI
DENGAN *TECHNOSTRESS* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Yuni Rina Angella

12190448

Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: yuni.angella@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digitalisasi pajak dan sosialisasi layanan iklan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi dengan *technostress* sebagai variabel moderasi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif data primer dengan kuesioner disebarkan secara *online* maupun *offline*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 97 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan analisis regresi moderasi (*Moderated Regression Analysis/ MRA*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, sosialisasi layanan iklan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, dan *technostress* memoderasi pengaruh digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, namun *technostress* tidak memoderasi pengaruh sosialisasi layanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci: Digitalisasi Pajak, Sosialisasi Layanan Iklan, Kepatuhan Pajak, *Technostress*.

**THE EFFECT OF TAX DIGITALIZATION AND TAX SERVICE
DISSEMINATION ON INDIVIDUAL TAXPAYER COMPLIANCE WITH
TECHNOSTRESS AS A MODERATION VARIABLE**

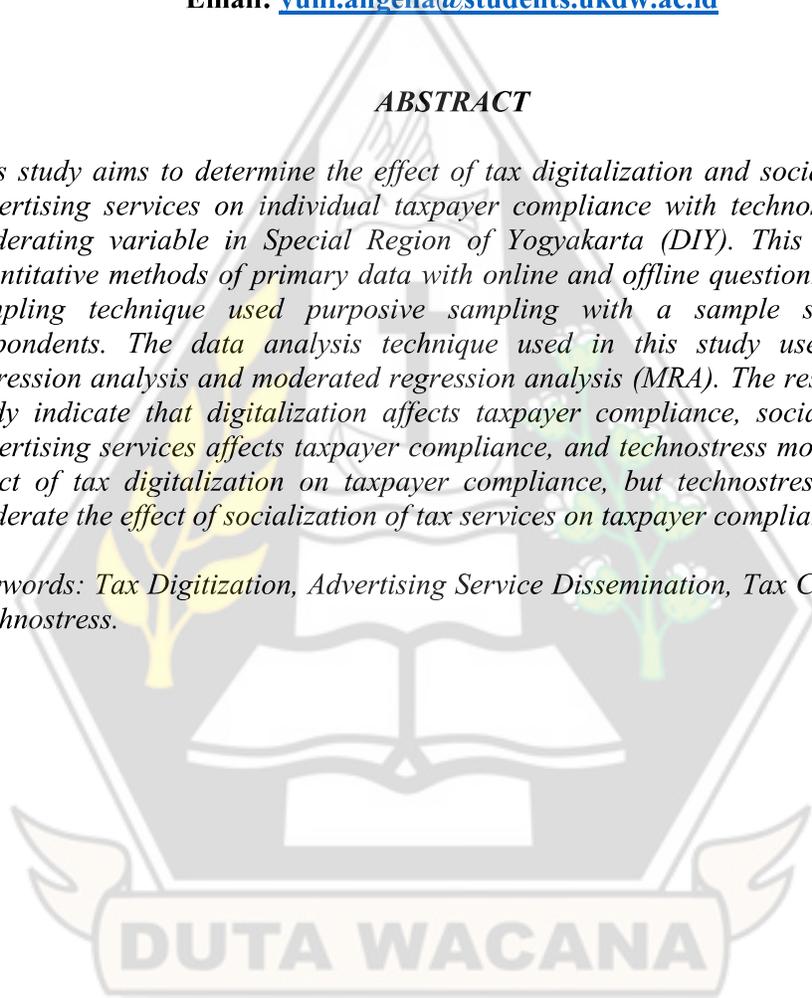
**Yuni Rina Angella
12190448**

***Departement Accounting
Faculty of Business
Duta Wacana Christian University***
Email: yuni.angella@students.ukdw.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tax digitalization and socialization of advertising services on individual taxpayer compliance with technostress as a moderating variable in Special Region of Yogyakarta (DIY). This study uses quantitative methods of primary data with online and offline questionnaires. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 97 respondents. The data analysis technique used in this study uses multiple regression analysis and moderated regression analysis (MRA). The results of this study indicate that digitalization affects taxpayer compliance, socialization of advertising services affects taxpayer compliance, and technostress moderates the effect of tax digitalization on taxpayer compliance, but technostress does not moderate the effect of socialization of tax services on taxpayer compliance.

Keywords: Tax Digitization, Advertising Service Dissemination, Tax Compliance, Technostress.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber pendapatan suatu negara sebagian besar berasal dari penerimaan pajak. Pajak berfungsi sebagai instrumen suatu negara untuk mengatur perekonomian dan tata kelola keuangan. Selain itu, pajak juga mempunyai fungsi anggaran yaitu sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya. Realisasi dari pajak diberikan berupa pelayanan kepada masyarakat, infrastruktur, fasilitas kesehatan, fasilitas pendidikan, serta untuk biaya Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Namun, tingkat kepatuhan pajak di berbagai negara masih rendah sehingga masih menjadi permasalahan yang cukup signifikan khususnya di Indonesia.

Kepatuhan pajak adalah tindakan patuh wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan seperti membayar dan melaporkan pajak sesuai dengan tanggal pelaporan pajak. Menurut Marjan (2014), kepatuhan pajak mencerminkan sikap atau perilaku wajib pajak dalam menjalankan kewajiban dan haknya sesuai dengan peraruran perundang-undangan yang berlaku. Menurut penelitian Saeroji (2019) menjelaskan bahwa semakin tinggi kepatuhan wajib pajak, maka semakin tinggi pula penerimaan pajak disuatu negara.

Masalah kepatuhan perpajakan telah menjadi isu penting di Indonesia karena apabila Wajib Pajak tidak patuh, maka dapat menimbulkan keinginan untuk melakukan tindakan penghindaran pajak yang dapat merugikan negara yaitu berkurangnya penerimaan pajak (Fuadi dan Mangoting, 2013). Upaya untuk

melihat tingkat kepatuhan pajak di Indonesia dapat dilihat dari penyampaian SPT Tahunan wajib pajak orang pribadi.

Tabel 1. 1 Rasio Kepatuhan Wajib Pajak

Keterangan	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
Wajib pajak terdaftar SPT (juta)					
Karyawan	16,8	13,4	13,7	13,8	14,2
Non Karyawan	2,1	2	2,5	3	3,4
SPT Tahunan PPh (Juta)					
Karyawan	10,6	10,1	9,9	10,1	12,1
Non Karyawan	0,9	1,2	1,8	2,3	1,8
Rasio Kepatuhan (%)					
Karyawan	63,1	74,9	71,8	73,2	85,4
Non Karyawan	43,8	61,5	74,3	75,9	52,4

Sumber: Laporan Tahunan DJP, 2021 (Data diolah kembali)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pada tahun 2020 rasio kepatuhan wajib pajak bagi karyawan mengalami kenaikan, namun rasio non karyawan di Indonesia mengalami penurunan. Fakta tersebut menunjukkan masih ada beberapa faktor yang menyebabkan kepatuhan wajib pajak belum terpenuhi sepenuhnya khususnya bagi wajib pajak non karyawan. Oleh karena itu, instansi pemerintah seperti Direktorat Jendral Pajak (DJP) harus memecahkan masalah tersebut untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Salah satu upaya dalam meningkatkan kepatuhan pajak dengan menerapkan sistem digitalisasi pajak dan sosialisasi layanan iklan pajak.

Direktorat Jendral Pajak (DJP) dalam mencapai target tersebut berupaya memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi untuk mempermudah, meningkatkan, dan mengoptimalkan pelayanan perpajakan (Pioner, 2018). Seiring

dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa reformasi pada sektor perpajakan. Menurut Yusuf & Saputra (2018), digitalisasi pajak adalah layanan pajak online yang digunakan wajib pajak untuk melakukan transaksi elektronik. Digitalisasi pajak mencakup penggunaan aplikasi *mobile*, *e-filing*, *e-billing*, dan sistem informasi pajak yang terintegrasi. Penerapan digitalisasi pajak memberikan manfaat bagi wajib pajak untuk melaporkan SPT dan pembayaran pajak di manapun dan kapanpun. Kemudahan ini membawa peningkatan akan kepatuhan pembayaran pajak yang mudah diakses oleh wajib pajak. Diharapkan dengan adanya modernisasi ini mampu meningkatkan efisiensi, akurasi, dan transparansi dalam administrasi perpajakan serta meningkatkan kualitas pelayanan di sektor perpajakan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah sosialisasi iklan pajak. Sosialisasi iklan pajak merupakan salah satu hal yang penting dalam meningkatkan kesadaran wajib pajak akan kewajibannya. Sosialisasi iklan ini digunakan oleh Direktorat Jendral Pajak (DJP) untuk menyampaikan informasi kepada wajib pajak sehingga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pandangan terhadap pajak. Iklan pajak yang efektif dapat mempengaruhi perilaku wajib pajak dalam hal kepatuhan pajak. Bentuk sosialisasi ini dapat berupa sosialisasi tatap muka, reklame, dan poster yang disebarlang langsung maupun melalui sosial media. Penelitian ini menekankan iklan yang disebarlang melalui media sosial seperti Youtube, ads Instagram, Twitter dll. Iklan elektronik juga memiliki keunggulan yaitu dapat diakses masyarakat di manapun dan kapanpun setiap ada akses internet. Kualitas iklan juga menjadi poin penting. Menurut Riyanto dalam Santoso (2008) untuk meningkatkan daya tarik suatu iklan,

Direktorat Jendral Pajak (DJP) dapat memperhatikan beberapa hal yaitu *believable, meaningful, dan distinctive*. Iklan yang dibuat harus dapat dipahami oleh wajib pajak dan sesuai dengan kondisi yang terjadi. Pengaruh sosialisasi iklan pajak dapat meningkatkan pengetahuan dan jumlah wajib pajak sehingga dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak akan kewajibannya serta dapat mendorong kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak.

Meskipun perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa pengaruh yang positif, namun teknologi ini juga dapat memberikan dampak yang merugikan bagi wajib pajak salah satunya munculnya *technostress* oleh penggunaan teknologi yang berlebihan dan perkembangan teknologi yang sangat cepat. Dalam ranah perpajakan, *technostress* dapat muncul akibat ketidakmampuan wajib pajak dalam menguasai atau beradaptasi dengan teknologi perpajakan yang terus berkembang. Pemerintah dapat meningkatkan keberhasilan digitalisasi dan taktik periklanan pajak untuk meningkatkan kepatuhan pajak dengan menganalisis dampak digitalisasi pajak dan periklanan pajak, serta pengaruh moderasi dari *technostress*.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Cahyani (2022) yang menyimpulkan bahwa modernisasi sistem administrasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Meskipun berbagai penelitian telah menyoroti dampak digitalisasi pajak dan sosialisasi iklan pajak terhadap kepatuhan pajak, namun belum ada penelitian yang membahas fungsi *technostress* sebagai moderator dalam memengaruhi variabel tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi wajib pajak maupun instansi pemerintah tentang digitalisasi pajak dan iklan pajak yang dapat berkontribusi

terhadap kepatuhan pajak, serta bagaimana pengaruh *technostress* memoderasi pengaruh antara digitalisasi pajak dan iklan pajak dengan kepatuhan pajak. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh digitalisasi pajak dan sosialisasi iklan pajak terhadap kepatuhan pajak dengan memperhitungkan efek moderasi dari *technostress*.

Dari uraian di atas, dapat ditemukan bahwa penelitian ini penting untuk diuji sehingga peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Digitalisasi Pajak dan Sosialisasi Layanan Iklan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan *Technostress* sebagai Variabel Moderasi**”.

1.2 Rumusan Masalah

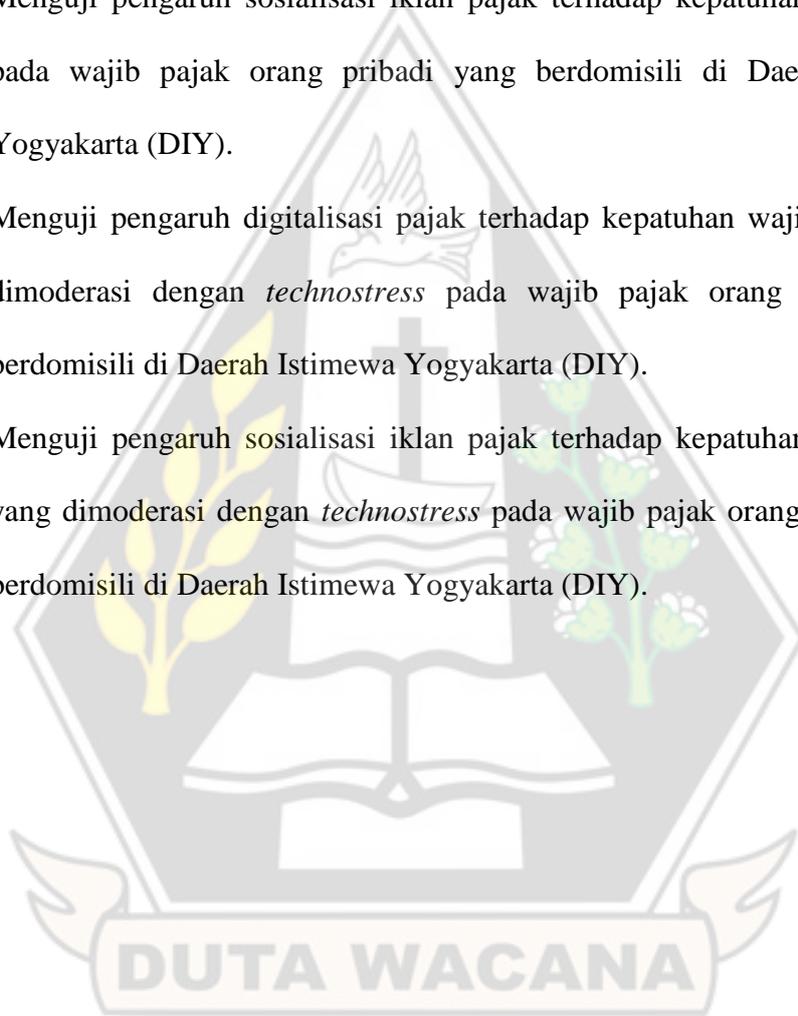
Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah digitalisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)?
2. Apakah sosialisasi iklan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)?
3. Apakah *technostress* dapat memoderasi pengaruh digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)?
4. Apakah *technostress* dapat memoderasi pengaruh sosialisasi iklan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji pengaruh digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada wajib pajak orang pribadi yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
2. Menguji pengaruh sosialisasi iklan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada wajib pajak orang pribadi yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
3. Menguji pengaruh digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak yang dimoderasi dengan *technostress* pada wajib pajak orang pribadi yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
4. Menguji pengaruh sosialisasi iklan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak yang dimoderasi dengan *technostress* pada wajib pajak orang pribadi yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).



1.4 Kontribusi Penelitian

1. Segi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak di era digital.

2. Segi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah, Lembaga perpajakan seperti Direktorat Jendral Pajak (DJP) dan Kantor Pelayanan Pajak (KPP), serta pratisi pajak untuk menetapkan strategi dan kebijakan yang lebih efektif untuk meningkatkan kepatuhan pajak.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden penelitian adalah wajib pajak orang pribadi yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) mencakup semua jenis pekerjaan yang sudah atau pernah menggunakan layanan pajak elektronik di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) di Yogyakarta.
2. Penelitian dilakukan menggunakan kuesioner *online* dan *offline*.
3. Adanya variabel independen lainnya yang mempengaruhi kepatuhan pajak dan *technostress*, namun belum diteliti pada penelitian ini.

4.6.3 Uji parsial T

Pada uji T dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi 5% atau 0,05 dan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Berdasarkan output data pada tabel 4.13, hasil uji T sebagai berikut:

- 1) Digitalisasi pajak (X1) mempunyai nilai sig $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} (4,261) $> t_{tabel}$ (1,986), sedangkan nilai koefisien sebesar 0,514. Artinya, digitalisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak.
- 2) Sosialisasi Iklan (X2) mempunyai nilai sig $0,031 < 0,05$ dan t_{hitung} (2,193) $> t_{tabel}$ (1,986), sedangkan nilai koefisien sebesar 0,267. Artinya, sosialisasi iklan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak.

4.6.4 Uji Simultan F

Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} serta melihat tingkat signifikansi F statistik. Model regresi yang baik adalah ketika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai sig. $< 0,05$. Berdasarkan tabel 4.13, pada tingkat signifikansi 5% nilai F_{hitung} $28,736 > F_{tabel}$ 2,70 dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

4.6.5 Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) digunakan untuk menganalisis pengaruh moderasi. Berikut hasil uji regresi dengan MRA.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Moderasi (MRA)

Variabel	Koefisien Regresi	t	Sig.
(Konstanta)	42,208	4,971	0,000
Digitalisasi Pajak (X1)	-1,385	-2,826	0,006
Sosialisasi Iklan (X2)	0,942	2,322	0,022
Technostress (Z)	-1,685	-3,140	0,002
MOD1	0,105	3,760	0,000
MOD2	-0,031	-1,329	0,187

Sumber: Hasil olah data primer 2023, Output SPSS 25

Dari hasil tabel 4.14 dapat diuraikan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 42,208 - 1,385X1 + 0,942X2 - 1,685Z + 0,105X1Z - 0,031X2Z + \varepsilon$$

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diuraikan persamaan MRA dan hubungan antar variabel berdasarkan informasi di atas:

1. Variabel MOD1 merupakan variabel interaksi antara variabel digitalisasi pajak (X1) dengan variabel moderasi (Z). Variabel MOD1 memiliki nilai koefisien sebesar 0,105 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05). Artinya, variabel MOD1 signifikan dan dapat disimpulkan bahwa variabel *technostress* dapat memoderasi pengaruh digitalisasi pajak terhadap kepatuhan Pajak
2. Variabel MOD2 merupakan variabel interaksi antara variabel sosialisasi layanan iklan (X2) dengan variabel moderasi (Z). Variabel MOD2 memiliki nilai koefisien sebesar -0,031 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,187 (> 0,05). Artinya, variabel MOD2 tidak signifikan dan dapat disimpulkan bahwa *technostress* tidak dapat memoderasi pengaruh sosialisasi layanan pajak terhadap kepatuhan Pajak

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Digitalisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak WPOP

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa digitalisasi pajak dapat mempengaruhi secara positif kepatuhan wajib pajak sehingga H1 diterima. Hasil studi ini sejalan dengan penelitian Cahyani (2022) dan Tambun (2022) yang menunjukkan bahwa digitalisasi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Menurut teori TAM perkembangan dan penggunaan teknologi dapat menambah tingkat kinerja penggunaannya. Hasil studi TAM membuktikan bahwa manfaat teknologi yang semakin berkembang khususnya dalam perpajakan semakin memberikan manfaat wajib pajak orang pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) untuk melaporkan dan membayar pajak secara digital. Hal ini dapat dirasakan dengan adanya kemudahan dalam mengakses informasi dan kemanfaatan bagi pengguna (*user experience and user friendly*). Oleh karena itu, wajib pajak dengan mudah melaporkan SPT di manapun dan kapanpun tanpa harus mengantri lama ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) sehingga dapat menekan biaya, aman dan lebih efisien.

4.7.2 Pengaruh Sosialisasi Layanan Iklan Terhadap Kepatuhan Pajak WPOP

Berdasarkan hasil pengujian di atas menyatakan bahwa hipotesis kedua H2 diterima sehingga sosialisasi layanan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak wajib pajak orang pribadi di Yogyakarta.

Menurut teori *Advertising Exposure Model*, penyampaian informasi yang tepat sasaran dapat dilakukan dengan memaksimalkan kualitas sosialisasi layanan

iklan. Jika sosialisasi layanan iklan pajak memadahi dan informasinya disesuaikan target maka akan menambah pengetahuan dan kepuasan wajib pajak. Sosialisasi layanan Iklan bertujuan untuk mempengaruhi pengguna yang memanfaatkan media elektronik untuk melakukan tindakan sesuai dengan maksud dan tujuan iklan. Penggunaan layanan iklan juga dapat meningkatkan kepercayaan wajib pajak kepada instansi perpajakan dan menurunkan resiko penghindaran pajak. Oleh karena itu, melalui sosialisasi ini menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan pengetahuan wajib pajak sehingga dapat meningkatkan jumlah wajib pajak. Jika terjadi peningkatan jumlah wajib pajak maka dapat dipastikan kepatuhan wajib pajak juga meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Purba (2016), Trisnawati (2014), dan Rohmawati (2012) yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, tetapi penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Shahab (2013) dan Wulan et al. (2018) yang menjelaskan iklan tidak memberikan dampak dalam peningkatan kepatuhan pajak karena pemahaman wajib pajak masih kurang dan masih beranggapan iklan kurang menarik untuk dilihat.

4.7.3 Pengaruh Digitalisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak WPOP dengan *Technostress* sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan tabel 4.14 dapat disimpulkan bahwa *technostress* dapat memoderasi pengaruh digitalisasi terhadap kepatuhan pajak. Nilai koefisien sebesar 0,105 bertanda positif mengindikasikan semakin tinggi *technostress* maka pengaruh digitalisasi pajak terhadap kepatuhan pajak semakin tinggi. Hasil penelitian ini

menyimpulkan bahwa H3 ditolak. Penelitian Ayyagari et al. (2011) yang beranggapan bahwa teknologi dapat menyebabkan stress karena adanya tekanan beban kerja dan kurangnya kejelasan informasi pajak. Menurut hasil penelitian yang sudah dilakukan wajib pajak di Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami stress walaupun pemahaman, kemudahan, kegunaan layanan pajak digital tinggi dikarenakan adanya tekanan kerja dan beban kerja yang dirasakan oleh wajib pajak. Faktor-faktor yang menyebabkan meningkatnya *technostress* wajib pajak yaitu banyak istilah yang tidak dimengerti wajib pajak dalam menggunakan pajak digital, wajib pajak membutuhkan waktu yang lama untuk mempelajari sistem pajak elektronik, wajib pajak merasa kesulitan beradaptasi dengan sistem yang berubah dari manual ke elektronik, serta fitur-fitur pada web dan aplikasi pajak mempersulit wajib pajak di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Faktor tersebut dapat dirasakan oleh wajib pajak karena masih kesulitan dalam beradaptasi dengan sistem pajak yang baru di mana sistem ini berubah yang berawal secara manual mendatangi Kantor Pelayanan Publik (KPP) di setiap wilayah atau Direktorat Jendral Pajak (DJP) berubah menjadi sistem digital. Namun, faktanya wajib pajak memiliki pemahaman dan keterampilan yang cukup baik dalam menggunakan teknologi digital khususnya pada pajak digital. Oleh karena itu, penggunaan teknologi informasi dapat bekerja efektif di Yogyakarta walaupun wajib pajak mengalami tekanan stress akibat penolakan teknologi informasi. Menurut Direktorat Jendral Pajak (2021), keamanan dan privasi data dalam implementasi digitalisasi perpajakan sangat diperhatikan, sehingga masyarakat merasa nyaman dan percaya untuk menggunakan platform yang menunjang pelaporan dan pembayaran pajak secara digital. Dengan demikian, digitalisasi

dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan kepatuhan pajak jika dikelola dengan baik dan didukung oleh upaya edukasi dan kesadaran yang memadai. Selain itu, walaupun terjadi tekanan stress, namun wajib pajak dapat mengendalikan dampak tersebut sehingga kepatuhan wajib pajak pun tetap tinggi.

4.7.4 Pengaruh Sosialisasi Layanan Iklan Terhadap Kepatuhan Pajak WPOP dengan *Technostress* sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa H4 ditolak karena nilai signifikansi $0,187 > 0,05$. Artinya, *technostress* tidak dapat memoderasi pengaruh sosialisasi iklan pajak (X2) terhadap kepatuhan pajak (Y).

Sosialisasi layanan pajak yang tinggi tidak diperlukan tekanan stress untuk mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar dan melaporkan pajak. Ketika wajib pajak mempunyai efikasi diri dalam menghadapi perubahan kondisi sistem digital maka tidak mudah dipengaruhi oleh *technostress*. Iklan berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan wajib pajak melalui persebaran informasi pajak yang dilakukan melalui sosialisasi *online* maupun iklan digital. Dalam mengatasi hal tekanan stress tersebut, instansi pemerintah seperti Direktorat Jendral Pajak (DJP) dan Kantor Pelayanan Pajak (KPP) mencari solusi untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak melalui peningkatan kualitas iklan dan pelayanannya.

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN PENELITIAN SELANJUTNYA

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisi yang sudah didapatkan mengenai pengaruh digitalisasi pajak dan sosialisasi layanan iklan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi dengan *technostress* sebagai variabel moderasi, dapat ditarik kesimpulan:

1. Digitalisasi pajak memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
2. Sosialisasi layanan iklan memiliki pengaruh positif terhadap kepatuhan pajak wajib pajak orang pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
3. *Technostress* memoderasi pengaruh positif digitalisasi terhadap kepatuhan pajak orang pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
4. *Technostress* tidak memoderasi pengaruh sosialisasi layanan iklan terhadap kepatuhan pajak orang pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian selama dilakukannya penelitian ini diantaranya:

1. Populasi penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), sehingga informasi yang didapatkan berdasarkan sudut pandang masyarakat umum di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
2. Peneliti menggunakan variabel moderasi yang belum diteliti sebelumnya, maka penelitian ini belum dapat menjelaskan secara lengkap variabel lain yang dapat memperkuat dan memperlemah variabel dependen.

5.3 Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan penelitian di atas, saran yang dapat peneliti berikan untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini, khususnya yang dapat memperkuat atau memperlemah variabel *technostress* sebagai variabel moderasi.
2. Penelitian selanjutnya dapat memfokuskan subjek penelitian seperti wajib pajak orang pribadi pekerja bebas.
3. Penelitian selanjutnya dapat membedakan responden berdasarkan kategori seperti umur dan penghasilan sehingga dapat melihat tingkat *technostress* yang dirasakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A., Rajeev Batra, & John G. Myers. (1996). *Advertising Management* (4th Ed). New Delhi: Prentice Hall.
- Aini, N. Q., & Nurhayati, N. (2022). Pengaruh Kebijakan Insentif Pajak Penghasilan bagi UMKM dan Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2(1).
- Akram, M. S., Malik, A., Shareef, M. A., & Goraya, M. A. S. (2019). Exploring The Interrelationships Between Technological Predictors and Behavioral Mediators in Online Tax Filing: The Moderating Role of Perceived Risk. *Government Information Quarterly*, 36(2), 237-251.
- Al-Ansari, M. A., & Alshare, K. (2019). The impact of technostress components on the employees satisfaction and perceived performance: the case of Qatar. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 27(3), 65-86.
- Al-Fudail, M., & Mellar, H. (2008). Investigating teacher stress when using technology. *Computers & Education*, 51(3), 1103-1110.
- Anugerah, D. (2017). Hubungan Terpaan Iklan Traveloka dan Tingkat Penghasilan dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka. *Skripsi*. Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
- Ayyagari, R., Grover, V., & Purvis, R. (2011). Technostress: Technological antecedents and implications. *MIS quarterly*, 831-858.
- Burnama, I. (2020). Digitalisasi Layanan Pajak di Tengah Pandemi Covid-19. DDTC News. Diakses Pada 1 Juni 2023 melalui <https://news.ddtc.co.id/digitalisasi-layanan-pajak-di-tengah-pandemi-covid-19-21022>
- Cahyani, I. S., & Basri, Y. Z. (2022). Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimoderasi Dengan Teknologi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 2065-2076.
- Califf, C. B., Sarker, S., & Sarker, S. (2020). The Bright and Dark Sides of Technostress: A Mixed-Methods Study Involving Healthcare IT. *MIS Quarterly*, 44(22), 809-856.
- Cram, W. A., Wiener, M., Tarafdar, M., & Benlian, A. (2020). Algorithmic Controls and their Implications for Gig Worker Well-being and Behavior. In ICIS.

- Davis, M. (1986). *A Technology of Acceptance Model for Empirically testing new-end user information system: Theory and Result*. Massachusetts, USA: Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.
- Dhito, Tantra. (2014). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Formal Wajib Pajak (Studi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makasar Selatan)*. Skripsi. Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Direktorat Jendral Pajak. (2021). *Laporan Tahunan DJP 2021*. Diakses Pada 1 Juni 2023 melalui <https://www.pajak.go.id/id/tahunan-page>
- Direktorat Jendral Perbendaharaan. *Realisasi APBN*. Diakses pada 12 November 2022 melalui <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/pengumuman/153-apbn.html>
- Fuadi, A. O., & Mangoting, Y. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, Sanksi Perpajakan Dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm*. *Tax & Accounting Review*, 1(1), 18.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Universitas Diponegoro
- Habib, A. R. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Era Digital (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Berprofesi Sebagai Tenaga Kesehatan)*. *Bachelor's thesis*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta).
- Hadiwijaya, B. P. (2019). *Determinan Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Empiris pada UPT Badan Pendapatan Daerah Serpong Provinsi Banten)*. *Doctoral dissertation*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hapsari, A. D., & Nurtjahjanti, H. (2022). *Hubungan antara Technostress dengan Keterikatan Kerja pada Perangkat Desa di Kecamatan Kedung, Kabupaten Jepara*. *Jurnal EMPATI*, 11(6), 375-380.
- Indriyarti, E. R., & Christian, M. (2021). *Measuring The Influence of Tax Advertising and Services As External Factors on Taxpayer Compliance*. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(2).
- Jannah, Shofuro Zahrotul. (2016). *“Pengaruh Pengetahuan, Penghasilan, Manfaat Atas NPWP, Sanksi, dan Sosialisasi Terhadap Kepatuhan Pemilik UMKM dalam Memiliki NPWP (Studi Di KPP Pratama Surakarta)”*. *Skripsi*. Jurusan

Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

- Kusuma, K. C. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan serta Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan WPOP. 1–14.
- Lestari, D. A., & Yuhertiana, I. (2022). Technostress pada Wajib Pajak di Surabaya. *In Seminar Nasional Akuntansi dan Call for Paper (SENAPAN)* (Vol. 2, No. 2, pp. 154-159).
- Maji, S. K., & Pal, K. (2017). Factors Affecting the Adoption of e-Filing of Income Tax Returns in India: A Survey. *IUP Journal of Accounting Research & Audit Practices*, 16(1).
- Marjan, R. M. (2014). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Formal Wajib Pajak (Studi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makasar Selatan). *Skripsi*. Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Mustapha, B. (2013). The impact of perceived ease of use and perceived usefulness on an online tax system. *International Journal of Advance Research*, 1(4), 1-18.
- Nisafani, A. S., Kiely, G., & Mahony, C. (2020). Workers' technostress: A review of its causes, strains, inhibitors, and impacts. *Journal of Decision Systems*, 29(sup1), 243-258.
- Night, S., & Bananuka, J. (2019). The Mediating Role of Adoption of an Electronic Tax System in The Relationship Between Attitude Towards Electronic Tax System and Tax Compliance. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*.
- Pioner, H. (2018). Analisis Sikap Penerimaan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan Sistem Informasi *E-billing* di Kabupaten Sleman.
- Priambodo, P., & Yushita, A. N. (2017). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kabupaten Purworejo pada Tahun 2017. *Jurnal Profita*, Vol 5 No.5(2), 1–16.
- Purba, Biatar Pandapotan. (2016). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Pelayanan Fiskus Sebagai Variabel Moderating di Kantor Pelayanan Pajak Jakarta Kembangan. *Jurnal media Akuntansi Perpajakan*, Vol.1, No.2, Jul-Des 2016: 29-43.

- Ragu-Nathan, T. S., Tarafdar, M., Ragu-Nathan, B. S., & Tu, Q. (2008). The consequences of technostress for end users in organizations: Conceptual development and empirical validation. *Information systems research*, 19(4), 417-433.
- Rahmawati, B. O. (2022). Studi Literatur Review Technostress (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Ramadhan, B. I., & Pradekso, T. (2020). Hubungan Antara Terpaan Iklan Aplikasi Halodoc dan Terpaan Persuasi Reference Group dengan Minat untuk Menggunakan Aplikasi Halodoc sebagai Sarana Konsultasi dengan Dokter. *Interaksi Online*, 9(1), 130-140.
- Riyanto, M. (2008). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek Studi Kasus Pada Iklan Ponds Di Kota Semarang (Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Rohmawati, Lusia. Prasetyono dan Yuni Rimawati. (2012). Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Tingkat Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Kegiatan Usaha dan Pekerjaan Bebas pada KPP Pratama Gresik Utara). Proiding Simposium Nasional Perpajakan 4.
- Saeroji, O. (2019). Menakar kadar kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Perpajakan*.
- Santosa, D. H. (2018). Efektifitas Iklan sebagai Sarana Memperkuat Sosialisasi Pajak ke Masyarakat. *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 1(1), 197-214.
- Sari, R. R. N. (2019). Pengaruh e-Filling, E-Billing dan E-faktur Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Kediri. *Jurnal Ekuivalensi*, 5(1), 157-170.
- Shahab, Muhammad Reyza. (2013). Studi Efek Iklan Layanan Masyarakat Tentang Anjuran Membayar Pajak Melalui TVRI Kaltim (Studi Tentang Anjuran Membayar Pajak Yang Dilakukan DISPENDA Kota Samarinda), *e Journal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman.ac.id*.
- Shu, Q., Tu, Q., & Wang, K. (2011). The Impact of Computer Self-Efficacy and Technology Dependence on Computer-Related Technostress: a Social Cognitive Theory Perspective. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 27(10), 923-939.
- Spagnoli, P., Molino, M., Molinaro, D., *et all.* (2020). Workaholism and Technostress During the COVID-19 Emergency: The Crucial Role of the Leaders on Remote Working. *Frontiers in Psychology*, 11(December), 1-9.

- Susmita, P. R., & Supadmi, N. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Biaya Kepatuhan Pajak, dan Penerapan E-Filing pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(2), 1239-1269.
- Tambun, S., & Riandini, R. (2022). Dampak Tax Planning dan Digitalisasi Layanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dimoderasi oleh Nasionalisme. *Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2993-3004.
- Trisnawati, E., & Putri, IR (2014). Putri, KP, Devi, MC, & Amijaya, DT Pengaruh Pelayanan Aparat Pajak, Iklan Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak yang Terdapat di KPP Pratama Jakarta Pademangan Pada Tahun 2011. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 59–80.
- Tarafdar, M., Tu, Q., Ragu-Nathan, B. S., & Ragu-Nathan, T. S. (2007). The impact of technostress on role stress and productivity. *Journal of Management Information Systems*, 24(1), 301- 328.
- Wardani, D. K., & Wati, E. (2018). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Pengetahuan Perpajakan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Kebumen). *Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1), 33-54.
- Wulan, M., Suhartini, T., & Bahri, ES (2018). Analisis Pengaruh Kebijakan Pelayanan Pajak, Iklan Pajak, dan Zakat Sebagai Pengurang Penghasilan Kena Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sawangan Depok Jawa Barat. *Jurnal Zakat Internasional*, 3(1), 71–89.
- Yusuf, E. R., & Saputra, P. H. (2018). Pengaruh Layanan Pajak Online Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi (Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Samarinda). *Skripsi*.
- Anugerah, D. (2017). Hubungan Terpaan Iklan Traveloka dan Tingkat Penghasilan dengan Minat Masyarakat Bertransaksi di Traveloka.