

ABSTRACT

E-Filing is a service for sending or delivering electronic SPTs for individuals and entities (companies, organizations) to the Directorate General of Taxes through an ASP (Application Service Provider) by utilizing internet communication lines online and real time, so that taxpayers no longer need to print all report forms and wait for receipts manually.

The object of this population is the corporate taxpayer registered at the Pratama Tax Office Jakarta Cengkareng. This sample was conducted on all corporate taxpayers, namely 109 respondents of corporate taxpayers from 130 questionnaires distributed, using descriptive statistics. The sampling method used in this study was non-probability, namely convenience sampling. For that reason, the analytical method used is validity and reliability testing. While the hypothesis test is a test of the significance of individual parameters (Test Statistic t), simultaneous significance test (Statistical Test f), and R^2 test (Coefficient of Determination)

The results of the research show that partially (T): the perception of usability has a positive effect on the intensity of taxpayer behavior in the use of E-Filing as evidenced by the beta coefficient of 0.227 and the significance level of 0.00. Ease perception does not have a positive effect on the intensity of taxpayer behavior in the use of E-Filing as evidenced by the beta coefficient of -0.31 and the significance level of 0.050. User satisfaction has a positive effect on the intensity of taxpayer behavior in the use of E-Filing as evidenced by the beta coefficient of 0.262 and a significance level of 0.00. Simultaneously (F), all variables influence the intensity of taxpayer behavior in the use of E-Filing. The coefficient of determination (R Square) is generated from a regression model of 64%.

Keywords: Perception of Usability, Perception of Ease, User Satisfaction, Intensity of Taxable Behavior in the Use of E-Filing.

ABSTRAK

E-Filing adalah layanan pengiriman atau penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) secara elektronik baik untuk orang pribadi maupun badan (perusahaan, organisasi) ke Direktorat Jenderal Pajak melalui sebuah ASP (*Application Service Provider* atau Penyedia Jasa Aplikasi) dengan memanfaatkan jalur komunikasi internet secara *online* dan *real time*, sehingga wajib pajak tidak perlu lagi melakukan pencetakan semua formulir laporan dan menunggu tanda terima secara manual.

Objek daripada populasi ini adalah wajib pajak badan yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Cengkareng. Sampel ini dilakukan terhadap semua wajib pajak badan yaitu sebanyak 92 responden wajib pajak badan dari 100 kuesioner yang disebar, dengan menggunakan statistik deskriptif. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara non probabilitas yaitu *convenience sampling*. Untuk itu, metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan pada uji hipotesis adalah uji signifikansi parameter individual (Uji Statistik t), uji signifikansi simultan (Uji Statistik f), dan uji R^2 (Koefisien Determinasi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji T: persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap intensitas perilaku wajib pajak dalam penggunaan *e-Filing* yang dibuktikan dengan koefisien beta 0.599 dan tingkat signifikansi sebesar 0.00. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap intensitas perilaku wajib pajak dalam penggunaan *e-Filing* dibuktikan dengan koefisien beta sebesar 0,218 dan tingkat signifikansi sebesar 0.015. Kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap intensitas perilaku wajib pajak dalam penggunaan *e-Filing* dibuktikan dengan koefisien beta sebesar 0.181 dan tingkat signifikansi sebesar 0.047. Secara simultan (F), semua variabel berpengaruh terhadap intensitas perilaku wajib pajak dalam penggunaan *e-Filing*. Koefisien determinasi (*R Square*) yang dihasilkan dari model regresi sebesar 64%.

Kata kunci: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepuasan Pengguna, Intensitas Perilaku Wajib Pajak dalam Penggunaan *E-Filing*.