

BAB III

DESAIN DAN METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian yaitu metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post-positivisme*, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian (Sugiyono, 2022). Jika dilihat dari tingkat ekplanasinya penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang memiliki hubungan kausal. Hubungan Kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel (Sugiyono, 2022)

B. Definisi Operasionalisasi Variabel dan Pengukuran Variabel

1) Definisi Operasionalisasi Variabel

Operasional Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apapun yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2022:67) Didalam penelitian ini terdapat 4 (empat) variabel antara lain *Tax awareness* (X1) dan *Social Media Pajak* (X2) sebagai Variabel independent, *Cost*

compliance (Z) sebagai Variabel Moderator dan Kepatuhan wajib pajak (Y) sebagai Variabel dependen.

a) Kepatuhan Pajak (Y)

Menurut Rahayu (2020) Kepatuhan wajib pajak adalah sebagai suatu iklim kepatuhan dan kesadaran pemenuhan kewajiban perpajakan, tercermin dalam situasi dimana wajib pajak paham atau berusaha untuk memahami semua ketentuan peraturan perundang – undangan perpajakan, mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas, menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar, membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya.

Adapun indikator kepatuhan wajib pajak menurut (Juliani & Sumarta, 2021), yaitu :

1. Mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas
2. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT)
3. Menghitung pajak yang terutang dengan jumlah yang benar
4. Membayar pajak sesuai tarif yang di bebaskan
5. Membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya
6. Tidak memiliki tunggakan

b) Tax Awareness (X1)

Menurut (Rahayu, 2023), Tax Awareness atau biasa disebut dengan Kesadaran Pajak merupakan kemampuan untuk dapat melaksanakan

kewajiban perpajakan dengan benar melalui pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki wajib pajak.

Menurut Juliani & Sumarta, (2021) ada beberapa indikator tentang kesadaran perpajakan, diantaranya:

1. Kesadaran wajib pajak bahwa melakukan kepatuhan pajak
2. Kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajak tepat waktu
3. Membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku.
4. Ketersediaan wajib pajak tidak akan mencurangi formulir
5. Kesadaran tentang fungsi pajak untuk negara

c) Social Media Pajak (X2)

Social media pajak adalah suatu media yang berbasis computer yang digunakan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk membuat, membagikan atau bertukar informasi, minat, ide, dan gambar atau video terkait perpajakan yang di terapkan di Indonesia sehingga meningkatkan pemahaman masyarakat terkait kewajiban perpajakan dan membuat nilai yang sangat besar bagi pembangunan serta pertumbuhan ekonomi negara.

Indikator *social media* pajak menurut (Putri et al., 2023) (Ariesandrio, 2018) berdasarkan kualitas isi pesan, sebagai berikut :

1. *Comprehensivess* (keluasan cakupan pesan)
2. *Accuracy* (Ketepatan isi pesan)

3. *Timeliness* (Waktu isi pesan)
4. *Relevance* (Kesesuaian isi pesan)
5. *Strenght* (Kelebihan atau kekuatan dari isi pesan)

d) Cost Compliance (Z)

Cost compliance atau biasa disebut juga dengan biaya kepatuhan adalah biaya yang dikeluarkan oleh wajib pajak dalam memenuhi persyaratan perpajakan yang dikenakan pada mereka oleh hukum dan otoritas tertentu (Sandford et al., 1995).

Adapun indikator *cost compliance* menurut (Putri et al., 2023) antara lain:

1. Biaya tentang pengarsipan dokumen pajak.
2. Waktu yang terpakai untuk membaca peraturan perpajakan dan memahaminya.
3. Waktu yang terpakai untuk pulang pergi ke kantor pajak.
4. Biaya yang terpakai untuk pulang pergi ke kantor pajak.

2) Pengukuran variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini, adalah skala interval. Skala interval merupakan suatu data kuantitatif kontinum yang jaraknya sama, tetapi tidak memiliki nilai nol absolut dan salah satu contoh dari skala interval adalah skala likert. Skala *Likert* adalah metode yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial yang telah ditentukan oleh peneliti. Skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan respons

mereka dalam lima poin skala dengan interval yang mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan (Sugiyono, 2022).

Tabel 3. 1.- Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Tax Awareness</i>	1. Kesadaran wajib pajak bahwa melakukan kepatuhan pajak 2. Kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajak tepat waktu 3. Membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku. 4. Ketersediaan wajib pajak tidak akan mencurangi formulir 5. Kesadaran tentang fungsi pajak untuk negara (Juliani & Sumarta, 2021)	Interval
<i>Social Media Pajak</i>	1. Comprehensivess (keluasan cakupan pesan) 2. Accuracy (ketepatan isi pesan) 3. Timeliness (waktu isi pesan) 4. Relevance (kesesuaian isi pesan) 5. Strenght (Kelebihan atau kekuatan dari isi pesan) (Putri et al., 2023)	Interval
<i>Cost Compliance</i>	1. Biaya tentang pengarsipan dokumen pajak. 2. Waktu yang terpakai untuk membaca peraturan perpajakan dan memahaminya. 3. Waktu yang terpakai untuk pulang pergi ke kantor pajak. 4. Biaya yang terpakai untuk pulang pergi ke kantor pajak. (Putri et al., 2023)	Interval
Kepatuhan wajib pajak	1. Mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas 2. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) 3. Menghitung pajak yang terutang dengan jumlah yang benar 4. Membayar pajak sesuai tarif yang di bebaskan 5. Membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya 6. Tidak memiliki tunggakan (Juliani & Sumarta, 2021)	Interval

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak yang memfollow akun instagram @pajakkalideres yang menjadi akun instagram KPP Pratama Jakarta Kalideres yaitu sebanyak 2056 akun followers. Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah suatu metode pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa perencanaan sebelumnya (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, peneliti akan mencari responden yang memiliki NPWP, telah mengikuti akun instagram @pajakkalideres dan bersedia mengisi kuisioner. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 followers berdasarkan rumus Hair et al., (2010). Rumus Hair yang digunakan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator. Sehingga jumlah indikator sebanyak 20 indikator dikali 5 ($20 \times 5 = 100$). Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumusan tersebut, didapat jumlah sampel yang akan diteliti yaitu sebanyak 100 followers.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, yaitu metode yang melibatkan penyampaian sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berisi pertanyaan terbuka maupun tertutup. Metode ini dianggap

efisien ketika peneliti memiliki pemahaman yang jelas tentang variabel yang diukur dan harapan terhadap respon dari responden. Kuesioner dapat diberikan langsung kepada responden atau melalui media online (Sugiyono, 2022).

E. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *partial least square structural equation model (PLS-SEM)* dengan *SmartPLS*. Menurut Hair et al., (2021) analisis *SEM-PLS* atau disebut analisis *PLS* adalah merupakan analisis multivariat yang berguna untuk melihat pengaruh antara variabel secara simultan. Analisis *PLS* selain dapat mengkonfirmasi teori, namun juga dapat menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. *Partial Least Square (PLS)* juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten.

Analisis *PLS* dapat bekerja dengan data tidak berdistribusi normal karena *SEM-PLS* termasuk kelompok statistik non-parameterik. Selain itu analisis *PLS* dapat digunakan dengan model yang kompleks bahkan dengan sample penelitian yang terbatas serta dapat menguji untuk pengembangan model struktural, (Hair et al., 2021). Dalam melakukan analisis dan pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan bantuan *Smart PLS 4.1.0.2* untuk memudahkan pengelolaan data statistik, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih akurat.

1. Analisis Deskripsi Karakteristik Penelitian

Analisis deskriptif karakteristik responden merupakan analisis deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan unit analisis dalam penelitian ini dilihat dari jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, jenis usaha, lama usaha dan kepemilikan NPWP. Selain itu, Analisis deskriptif tersebut dilakukan dengan membuat tabel distribusi frekuensi dan membuat grafik yang menggambarkan persentase responden berdasarkan karakteristiknya.

2. Deskripsi Variabel

Describe yang artinya mendeskripsikan, menjelaskan, menggambarkan atau melukiskan data dengan melihat total score dan mean dan disajikan dalam tabel-tabel atau grafik. Pengujian ini dilakukan untuk mempermudah pemahaman terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian (Yamin, 2021)

3. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi *outer model* atau evaluasi model pengukuran adalah model pengukuran yang menggambarkan keterkaitan antara variabel dengan item pengukuran yang mengukurnya. Evaluasi *outer model* atau model pengukuran terdiri dari:

a) Uji validitas

Uji validitas dalam analisis *PLS* menggunakan ukuran *outer loading* atau faktor loading. Ukuran *Outer loading* yaitu ukuran statistik yang digunakan untuk melihat sejauhmana indikator yang digunakan mencerminkan pengukuran variabel atau sejauhmana indikator

valid dalam mengukur variabel. Nilai *outer loading* yang direkomendasikan adalah minimal 0.60 (Chin, 1998) atau rekomendasikan 0,70 (Hair et al., 2021)

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam analisis *PLS* menggunakan ukuran *Cronbac's alpha* dan *Composite Reliability*. Uji reliabilitas menggambarkan sejauhmana konsistensi atau keandalan dari suatu alat ukur atau indikator dalam mengukur variabel tertentu. Nilai Cronbach's alpha dan Composite reliability (CR) minimum adalah 0,70 (Hair et al., 2021).

c) Validitas konvergen

Ukuran ini adalah ukuran yang menunjukkan atau menjelaskan sejauhmana variasi item pengukuran relevan dengan variabel. Nilai validitas konvergen diukur dengan menggunakan *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai *AVE* yang direkomendasikan adalah minimal 0.50 (Hair et al., 2021).

d) Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menilai sejauhmana suatu variabel atau konstruk dapat dibedakan dari konstruk atau variabel lain yang seharusnya berbeda dengan variabel tersebut. Validitas diskriminan diukur dengan *Fornell Lacker Criterion* dan *HTMT*. Kriteria *Fornell Lacker* adalah apabila akar *AVE* > korelasi antara variabel. Kriteria *HTMT (Heterotrait Monotrait Ratio)* yaitu rasio dari *Heterotrait*

(rerata korelasi antara item pengukuran variabel yang berbeda) dengan akar dari perkalian geometris *Monotrait* (korelasi antara item yang mengukur variabel yang sama). Nilai *HTMT* yang diterima dibawah 0,90 yang mengindikasikan evaluasi *discriminant validity* diterima.

e) Inner Colinearity

Multikolinier dapat didefinisikan adanya hubungan yang tinggi antara variabel bebas. Bila inner VIF > 5 maka ada dugaan multikolinier. Meskipun demikian nilai VIF antara 3-5 ada potensial terjadi multikolinier dan yang ideal adalah bila VIF < 3 (tidak ada multikolinier/ kolinieritas rendah) (Hair et al., 2021).

4. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural yang menggambarkan keterkaitan pengaruh antara variabel penelitian atau hipotesis penelitian yang dibangun.

Evaluasi inner model ini terdiri dari:

a) Koefisien Jalur (*Path Coefficients*)

Koefisien jalur adalah nilai yang menunjukkan arah hubungan antar variabel dalam suatu hipotesis. Nilai koefisien jalur berkisar dari -1 hingga 1. Jika nilainya antara 0 dan 1 hubungan tersebut positif, jika nilainya antara -1 dan 0 hubungannya negative (Hair et al., 2021).

b) Pengujian Hipotesis

Proses pengujian hipotesis dalam analisis PLS menggunakan proses bootstrapping karena alasan bahwa analisis PLS tidak mengasumsikan bahwa data berdistribusi tertentu (non-parametrik). Hasil pengujian dilihat dari nilai t-values untuk pengujian 2 arah (*two-tailed test*) adalah 1.65 (*signifikan level* = 10%), 1.96 (*signifikan level* = 5%), dan 2.58 (*signifikan level* = 1%). Pada *SmartPLS* 3 dan 4 telah mengeluarkan p-value untuk setiap evaluasi dan membandingkan dengan alpha yang telah ditentukan sebelumnya (0,05 atau 0,01). Bila p-value < 0,05 maka ada pengaruh antara variabel signifikan (Hair et al., 2021). Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan:

a. Analisis Regresi linear berganda

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka menggunakan uji analisis regresi linear berganda. Nilai signifikansi pada uji analisis regresi linear berganda yaitu 0,05 (5%). Jika nilai signifikansi 0,05, maka hipotesis alternatif diterima (Ghozali, 2018). Adapun persamaan model regresi linear berganda dalam penelitian ini, antara lain :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan

Y = Kepatuhan wajib pajak

α = Konstanta

β_1 = Koefisien X1

β_2 = Koefisien X2

X1 = *Tax Awareness*

X2 = *Social Media Pajak*

b. *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Uji *moderated regression analysis (MRA)* merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi. untuk menentukan pengaruh variabel moderasi terhadap pengaruh variabel utama maka menggunakan pengujian hipotesis ini. Variabel Moderasi merupakan variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah variabel independen lainnya terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Adapun persamaan *moderated regression analysis* dalam penelitian ini, antara lain

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 X_1 * Z + \beta_5 X_2 * Z + e$$

Keterangan:

Y = Kepatuhan wajib pajak

α = Konstanta

X1 = *Tax Awareness*

X2 = *Social Media Pajak*

Z = *Cost Compliance*

X1*Z = Interaksi *Tax Awareness* dengan *Cost Compliance*

$X2*Z$ = Interaksi *Social Media* Pajak dengan *Cost Compliance*

c) *F Square*

F square digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel pada level struktural dimana nilai *f square* 0,02 (pengaruh rendah), 0,15 (pengaruh sedang) dan 0,35 (pengaruh tinggi) (Hair et al., 2021) dan *F square* uji moderasi adalah 0,005 (rendah), 0,01 (moderat) dan 0,025 (tinggi) (Yamin, 2021).

d) *R Square*

Ukuran statistik *R Square* digunakan untuk menggambarkan besarnya variasi variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen/endogen lainnya dalam model. Menurut Hair et al., (2021) nilai interpretasi *R Square* secara kualitatif adalah 0,25 (pengaruh rendah), 0,50 (pengaruh moderat), dan 0,75 (pengaruh tinggi).

UNIVERSITAS
MERCU BUANA