Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)
Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9867

Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Sosialisasi, dan Digitalisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z

Penulis:
Vania Valerie[1]
Tifanie Ng[2]
Sauh Hwee Teng[3]
Hantono[4]

Afiliasi:
Universitas Prima Indonesia[1,2,3]
Universitas Pelita Harapan[4]

Korespondensi:
vaniavaleri868@gmail.com[1]
tifanieng835@gmail.com[2]
tengsauhhwee@unprimdn.ac.id[3]
hantono1978@gmail.com[4]

Histori Naskah:
Submit: 23-10-2026
Accepted: 27-10-2026
Published: 01-11-2026

Abstrak:
Generasi Z dikenal sebagai *digital native* yang terampil memanfaatkan teknologi dan jaringan bisnis digital dalam aktivitas sehari-hari. Namun, sejumlah temuan menunjukkan literasi dan pemahaman pajak Generasi Z masih relatif rendah. Generasi Z banyak yang mengetahui pajak secara general, tetapi belum cukup memahami prosedur pelaporan, jenis kewajiban pajak, maupun konsekuensi dari ketidakpatuhan terhadap peraturan perpajakan. Keterbatasan pemahaman perpajakan pada generasi ini cukup mengkhawatirkan karena generasi ini diproyeksikan sebagai calon pilar utama dalam mendorong penerimaan pajak negara di masa depan. Apabila kepatuhan pajak tidak didorong sejak awal, besarnya potensi generasi Z dalam mendorong penerimaan pajak nasional tidak dapat dimanfaatkan dengan optimal. Penelitian ini memiliki tujuan dalam menganalisis pengaruh pemahaman pajak, kesadaran pajak, sosialisasi pajak, dan digitalisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z di Kota Medan. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang sudah mendaftar menjadi Wajib Pajak di Kota Medan dan hasil temuan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS. Kajian ini menunjukkan hasil bahwa pemahaman pajak, kesadaran pajak, dan digitalisasi pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z, sedangkan sosialisasi pajak belum menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Edukasi perpajakan perlu ditingkatkan dengan disertai strategi komunikasi digital yang lebih interaktif, sederhana, dan relevan agar mampu mendorong perilaku patuh di kalangan Generasi Z dalam mengaplikasikan pemahaman pajaknya secara tepat dan konsisten.

Kata kunci: Digitalisasi Pajak; Kepatuhan Gen Z; Kesadaran Pajak; Pemahaman Pajak; Sosialisasi Pajak

Pendahuluan

Pajak memegang peran sentral sebagai alat utama yang menunjukkan kemampuan fiskal negara, khususnya negara berkembang seperti Indonesia. Sampai dengan 30 April 2025, melalui Rapat Dengar Pendapat dengan Komisi XI DPR RI pada tanggal 8 Mei 2025, DJP menyampaikan bahwa terdapat 14.053.221 Wajib Pajak yang selesai menyusun SPT Tahunan Pajak 2024, yang menurun 1.09% jika dibandingkan dengan penyampaian SPT Tahunan Pajak 2023 sebanyak 14.207.642 Wajib Pajak sampai dengan 30 April 2024. Padahal, wajib pajak diberi kelonggaran waktu dalam penyampaian SPT, tetapi hal itu bukan menjadi dorongan bagi wajib pajak untuk berpartisipasi dalam pelaporan, malah berdampak negatif yang dapat dijelaskan kurangnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Dofira & Irawan, 2026), (Hardini & Oktapiani, 2026).

Pajak bukan sekadar kewajiban finansial, melainkan cerminan kedewasaan dan kesadaran berperan aktif suatu individu dalam ikut membangun bangsa. Di tengah target penerimaan pajak tahun 2025 yang ditingkatkan untuk menutupi pengeluaran negara, fenomena mengkhawatirkan di mana tingkat kepatuhan

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9867

formal Wajib Pajak, termasuk kelompok usia muda yang baru memasuki angkatan kerja, masih menunjukkan kesenjangan yang signifikan dari target pelaporan SPT yang ditetapkan, sebuah indikasi awal adanya resistensi terhadap kewajiban perpajakan.

Bagi Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012), teknologi dan internet bukan lagi suatu hal yang akan diperkenalkan kemudian, melainkan merupakan eksistensi yang menyaksikan mereka tumbuh dan berkembang. Pemaparan dari perangkat digital, platform media sosial, infrastruktur teknologi telah membentuk cara mereka berpikir, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Generasi Z tidak sekadar menggunakan teknologi sebagai alat instrumental, namun telah menanamkan pola pikir bahwa teknologi telah menjadi bagian dari identitas dan rutinitas harian mereka. Pola konsumsi media mereka yang intensif dan berkelanjutan menunjukkan ketergantungan mereka terhadap konektivitas digital dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Akan tetapi, terdapat kesenjangan yang menunjukkan di mana Generasi Z sangat ahli dalam memanfaatkan teknologi informasi, namun memiliki pemahaman pajak yang relatif rendah.

Kepatuhan wajib pajak mampu ditingkatkan dengan syarat wajib pajak secara aktif mencari informasi terkait informasi perpajakan dan memiliki kemampuan untuk mengaplikasikannya secara tepat. Penelitian yang dihasilkan oleh (Setiawan & Yanti, 2024), (Adawiyah et al., 2023), dan (Febriantika et al., 2025) mengindikasikan pemahaman pajak berpengaruh positif. Namun, hasil penelitian lainnya dari (Sudiarto & Junianto, 2023), (Nurmalasari, 2023), dan (Margaret et al., 2024) mengungkapkan kepatuhan wajib pajak tidak ditemukan adanya pengaruh oleh pemahaman pajak.

Kesadaran pajak dibangun melalui pemahaman terhadap kontribusi pajak terhadap rakyat, persepsi keadilan terhadap kebijakan serta pemahaman akan fungsi pajak dalam mendukung program-program pemerintah. Menurut (Margaret et al., 2024) dan (Setiawan & Yanti, 2024) pada penelitiannya menunjukkan kesadaran pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan penelitian oleh (Amalia et al., 2023) tidak ditemukan adanya pengaruh kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sosialisasi Pajak menjadi upaya sistematis yang dijalankan oleh otoritas pajak dalam menyampaikan informasi dan ilmu terbaru mengenai kebijakan, prosedur, hak dan kewajiban wajib pajak. Penelitian dari (Zakia et al., 2022), (Adawiyah et al., 2023), dan (Listiyowati & Aerlangga, 2025) yang mengkaji variabel ini membuktikan sosialisasi pajak berkontribusi terhadap kepatuhan wajib pajak. Sebaliknya, penelitian oleh (Firmansyah et al., 2022), (Nurmalasari, 2023), (Astriyani et al., 2023) mengindikasikan sosialisasi pajak belum terdapat pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

Digitalisasi Pajak dirancang sebagai transformasi infrastruktur administrasi pajak dari prosedur konvensional menuju ke layanan yang berdasar pada sistem informasi yang komprehensif, guna menghemat waktu saat proses pelaporan dan meminimalisasi kesalahan dalam pelaporan. Hasil penelitian (Fitria et al., 2022) dan (Utami et al., 2025) menjelaskan bahwa digitalisasi memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Namun, penelitian oleh (Nuhlaa & Prawestri, 2024) dan (Setiawan & Yanti, 2024) hasilnya justru menunjukkan belum adanya pengaruh digitalisasi terhadap kepatuhan wajib pajak.

Berdasarkan data Sensus Penduduk tahun 2020, Generasi Z mendominasi struktur populasi Indonesia dengan proporsi mencapai 27,94% (Badan Pusat Statistik, 2021). Generasi Z memiliki keahlian dalam mengakses dan memahami informasi terkait regulasi, kebijakan, dan peraturan perpajakan. Namun, tingkat kepatuhan pajak pada Generasi Z masih menjadi masalah yang perlu ditelaah lebih mendalam.

Sesuai dengan penjelasan di atas, terdapat hasil yang belum cukup konsisten terhadap determinan kepatuhan wajib pajak yang dilakukan peneliti terdahulu. Hal tersebut menunjukkan pengaruh masing-masing variabel terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z masih tergantung pada konteks penelitian dan karakteristik responden Selain itu, penelitian yang memadukan pemahaman pajak, kesadaran pajak, sosialisasi pajak, dan digitalisasi pajak secara bersamaan pada kepatuhan wajib pajak Generasi Z masih terbatas. Mesikupun Generasi Z tumbuh bersama teknologi digital, efektivitas digitalisasi tetap bergantung pada pemahaman, kemudahan sistem, panduan, dan kesesuaian sarana digital dengan karakteristik Generasi

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9867

Z. Penelitian ini penting dalam memahami faktor apa saja yang memengaruhi kepatuhan pajak pada Generasi Z, khususnya di Kota Medan, yang sejauh ini masih relatif jarang menjadi fokus penelitian pada penelitian sebelumnya. Kota Medan juga memiliki lokasi strategis yang merupakan pusat terjadinya perdagangan ekonomi sehingga hal ini dapat menciptakan potensi penerimaan pajak yang besar dari Generasi Z, mengingat mereka berpotensi mendukung penerimaan pajak di masa depan dengan menjadi pelaku usaha digital, konsumen yang aktif dalam transaksi digital. Kontribusi teoretis pada penelitian ini adalah dengan mengembangkan aplikasi Teori Atribusi dalam konteks perpajakan digital dengan menguji proses atribusi yang mendasari perilaku kepatuhan wajib pajak Generasi Z di era transformasi digital administrasi perpajakan.

Studi Literatur

Attribution Theory

Teori Atribusi pertama kali muncul pada tahun 1958 di karya Heider yang berjudul "*The Psychological of Interpersonal Relations"* yang menerangkan bahwa perilaku dari suatu individu dipengaruhi oleh faktor internal dari individu dan juga faktor eksternal yang berada di sekitar individu tersebut (Nuhlaa & Prawestri, 2024). Teori Atribusi menegaskan suatu individu cenderung memiliki dorongan dalam mengidentifikasi penyebab yang mendasari perilaku yang diperbuat serta pola hubungan yang terjalin dalam lingkungan sekitarnya (Zul & Nikmah, 2025).

Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z

Menurut (Wijayanti & Andhika, 2020), kepatuhan perpajakan dapat dimaknai sebagai kondisi ketika wajib pajak menunjukkan ketaatan yang disertai dengan kesadaran dalam memenuhi seluruh kewajibannya. Kepatuhan wajib pajak Generasi Z dapat menjadi pilar yang kokoh dalam memajukan ekonomi negara apabila didampingi dengan edukasi perpajakan yang menjadikan wajib pajak patuh dan bertanggung jawab untuk ke depannya (Zega et al., 2024).

Pemahaman Pajak

Pemahaman Pajak merujuk pada kapasitas wajib pajak menguasai pengetahuan sistem dan regulasi perpajakan terkini yang juga mencakup keterampilan teknis dalam merealisasikan kewajiban perpajakan secara optimal (Putra & Setiawan, 2020). Sikap patuh dalam menjalankan kewajiban perpajakan akan muncul apabila dipadukan dengan pemahaman pajak yang baik. Hasil penelitian oleh (Pusparini & Haryati, 2025) menunjukkan semakin tinggi tingkat pemahaman individu terkait mekanisme pelaporan, tarif pajak, dan sanksi cenderung mendorong wajib pajak memenuhi kewajibannya.

Kesadaran Pajak

Menurut (Amalia et al., 2023) kesadaran perpajakan dimaksud sebagai tingkat pemahaman wajib pajak pada prosedur perpajakan, yang disertai dengan kemauan untuk mematuhi dan menjalani kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan tersebut. Kesadaran wajib pajak dalam menelaah, memahami, serta menguasai aspek perpajakan dalam menghitung, penyetoran, hingga pelaporan pajak, dapat memengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak (Pradana & Firmansyah, 2020).

Sosialisasi Pajak

Menurut (Nurmalasari, 2023), sosialisasi perpajakan disebut suatu upaya komunikatif oleh Direktorat Jenderal Pajak guna mendistribusikan pemahaman, pengetahuan, serta arahan, baik secara spontan maupun tersirat, kepada wajib pajak. Generasi Z memiliki kecenderungan bersikap reseptif terhadap arus informasi

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

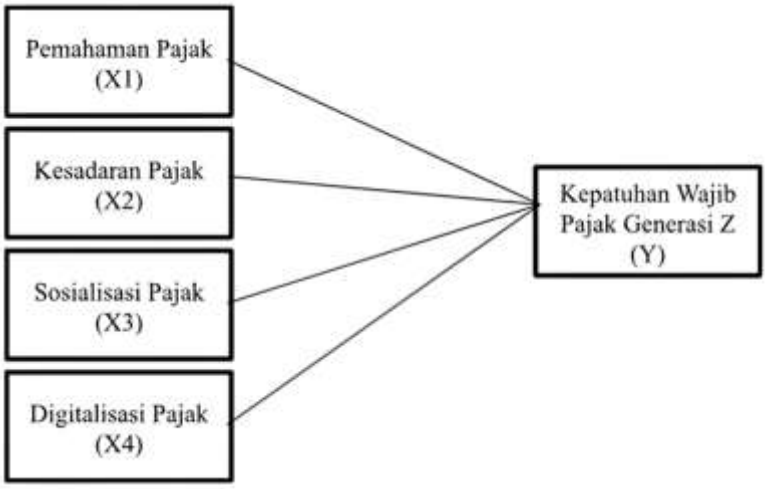
Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9867

dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, sehingga potensi tersebut dapat dioptimalkan untuk memperdalam pemahaman mereka mengenai perpajakan (Wulan & Furqon, 2024).

Digitalisasi Pajak

Kemudahan akses dan transparansi sistem digital yang ditawarkan menjadikan digitalisasi pajak bukan hanya sebagai alat peningkatan efisiensi dalam administrasi, juga berkontribusi terhadap kesadaran wajib pajak untuk kewajibannya. Hal tersebut menyesuaikan dengan preferensi Generasi Z yang serba digital dan keinginan melaksanakan kewajiban dengan mudah dan cepat, berbeda dengan generasi sebelumnya yang menghadapi prosedur yang cenderung lebih rumit (Utami et al., 2025).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1 : Kepatuhan wajib pajak Generasi Z dipengaruhi oleh pemahaman pajak.
H2 : Kepatuhan wajib pajak Generasi Z dipengaruhi oleh kesadaran pajak.
H3 : Kepatuhan wajib pajak Generasi Z dipengaruhi oleh sosialisasi pajak.
H4 : Kepatuhan wajib pajak Generasi Z dipengaruhi oleh digitalisasi pajak.

Metode Penelitian

Metode penelitian kuantitatif deskriptif diterapkan dengan tujuan menggambarkan suatu fenomena secara objektif dari pengumpulan data sampai dengan analisis data dan menarik kesimpulan. Data primer dikumpulkan dengan mengajak wajib pajak Generasi Z untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Sumber data primer pada penelitian ini adalah responden Generasi Z kelahiran tahun 1997-2012 yang telah memiliki NPWP dan berdomisili di wilayah Medan, Sumatera Utara, yang dipilih karena relevan dengan populasi target studi kesadaran pajak.

Populasi dideskripsikan sebagai kumpulan subjek dalam penelitian yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu yang sama (Amin et al., 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang memenuhi kriteria di wilayah Kota Medan. Namun, hingga penelitian ini dilaksanakan, terdapat keterbatasan dalam mengumpulkan data resmi yang spesifik menyajikan jumlah Generasi Z yang merupakan wajib pajak, memiliki NPWP. Oleh karena itu, peneliti menggunakan data jumlah penduduk BPS Kota Medan sebagai pengganti untuk membentuk kerangka *sampling*. Berdasarkan data tersebut,

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9867

jumlah populasi pada studi ini terdapat sekitar 573.000 yaitu jumlah Generasi Z yang terdapat di Kota Medan atau sebesar 23,05% dari populasi 2.486.283 jumlah penduduk di Medan (Badan Pusat Statistik, 2024). Angka tersebut merupakan pembulatan atas estimasi 572.714 jiwa, yang mana angka tersebut digunakan sebagai estimasi populasi terjangkau yang diambil dari data rentang usia 15-29 tahun.

Sampel dapat dijelaskan sebagai unsur yang mewakili populasi yang ditunjuk peneliti guna diobservasi, dengan ukuran yang lebih kecil sehingga dapat menjadi mewakili keseluruhan populasi (Mushofa et al., 2024). Karena adanya keterbatasan data resmi untuk jumlah Wajib Pajak Generasi Z yang memenuhi kriteria, teknik sampling yang diterapkan adalah purposive sampling yang dilakukan menurut kriteria yang telah ditetapkan peneliti (Soesana et al., 2023). Kriteria yang dimaksud adalah individu yang berasal dari Generasi Z dengan kelahiran tahun 1997-2012, bertempat tinggal di Medan, dan mempunyai kepemilikan NPWP. Teknik ini diterapkan agar memastikan responden yang mengisi benar-benar memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Yamane yang menentukan sampel dengan margin eror agar menghasilkan sampel yang representatif dari populasi dengan perhitungan sebagai berikut

$$\text{n} = \frac{N}{1 + N.(e)^2} = \frac{573.000}{1 + 573.000\ .\ (0.1)^2} = \frac{600.000}{6001} = 100$$

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah rincian masing-masing variabel yang mampu dinilai dan dianalisis secara empiris dan faktual. Definisi ini menjadi panduan bagaimana variabel akan diamati, diukur, dan diinterpretasi dalam suatu penelitian agar variabel tersebut mampu bersifat objektif dan konsisten dan menghasilkan data yang valid dan reliabel.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Jumlah Pertanyaan	Skala
Pemahaman Pajak (X1)	Pemahaman wajib pajak adalah keterampilan wajib pajak dalam memahami literasi perpajakan (Rhidotin, 2022).	1. Memahami regulasi dasar dan alur perpajakan. 2. Wajib Pajak memahami prosedur dan konsekuensi pelanggaran terkait perpajakan. (Stevylian & Agustiningsih, 2024)	4 butir	Likert 1-5
Kesadaran Pajak (X2)	Kesadaran wajib pajak dijelaskan sebagai kesadaran atas regulasi dan aktif menjalankan tanggungan perpajakan dengan baik dan sukarela (Takaria & Sudjiman, 2020)	1. Wajib pajak sadar menjalani kewajiban perpajakan dengan sukarela. 2. Wajib pajak sadar dalam melaksanakan kewajiban dengan jujur. 3. Wajib pajak sadar atas regulasi perpajakan yang dapat berubah. (Sunanta & Leonardo, 2021)	4 butir	Likert 1-5

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9867

Sosialisasi Pajak (X3)	Sosialisasi pajak diartikan sebagai salah satu strategi pemerintah untuk mengedukasi wajib pajak/calon wajib pajak mengenai informasi dan regulasi terbaru terkait perpajakan (Agun et al., 2022).	1. Pemanfaatan media dalam menyediakan informasi. 2. Kualitas materi dan bahan perpajakan 3. Panduan informasi dari petugas di KPP setempat. 4. Manfaat sosialisasi oleh kantor pelayanan pajak. (Stevylian & Agustiningsih, 2024)	5 butir	Likert 1-5
Digitalisasi Pajak (X4)	Digitalisasi pajak adalah bentuk transformasi dari DJP dalam upaya mempermudah pelaporan dan pembayaran pajak melalui sistem digital secara efisien dan akurat. (Najib & Muhammad, 2025).	1. Kinerja inovasi layanan pajak digital. 2. Kemudahan penggunaan layanan digital. 3. Fungsi-fungsi yang ada pada layanan digital apakah sudah relevan. (Tambun & Ananda, 2022)	4 butir	Likert 1-5
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Kepatuhan Wajib Pajak yaitu bentuk kontribusi wajib pajak secara sukarela bagi negara dengan memenuhi kewajiban perpajakan (Wicaksono et al., 2024).	1. Kepatuhan pajak formal. 2. Kepatuhan dalam mendaftar sebagai wajib pajak. 3. Kepatuhan pajak sukarela. 4. Tidak melakukan pelanggaran. (Tambun & Ananda, 2022)	6 butir	Likert 1-5

Teknik Analisis Data

Data dikumpul melalui distribusi kuesioner yang menerapkan skala Likert dengan menggunakan 5 unsur, dengan 1 merepresentasikan Sangat Tidak Setuju (STS) dan 5 mewakili Sangat Setuju (SS) yang diharapkan dapat membantu identifikasi kecenderungan kelompok. Analisis data dilakukan dengan program SPSS dengan tahapan sebagai berikut:

Statistik Deskriptif

Meringkas dan menampilkan karakteristik umum data secara sederhana, seperti nilai terkecil, terbesar, mean, penyebaran, dan simpangan baku.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov) : guna menilai suatu data menyebar secara normal atau tidak, dimana data lolos uji normalitas jika nilai sig. ≥ 0,05.

Uji Multikolinearitas : untuk mendeteksi keberadaan korelasi tinggi antar variabel bebas, syarat bebas multikolinearitas apabila VIF <10, Tolerance > 0,1.

Uji Heteroskedastisitas (Glesjer) : untuk menguji apakah dalam model statistik yang dihasilkan valid, objektif, dan memiliki standar error yang stabil. Jika nilai Sig. variabel bebas < 0,05, muncul heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikan variabel bebas > 0,05, data lolos uji heteroskedastisitas.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9867

Analisis Linear Berganda

Memperkirakan nilai variabel terikat dan mengukur kontribusi variabel bebas dengan model regresi linear dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta 1\ X1 + \beta 2\ X2 + \beta 3X\ 3 + \beta 4\ X4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z	X1	= Pemahaman Pajak
X2	= Kesadaran Pajak	X3	= Sosialisasi Pajak
X4	= Digitalisasi Pajak	α	= Konstanta
β	= Koefisien Regresi	ε	= Nilai residual

Uji Signifikansi

Uji t (parsial) : untuk mengkaji kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikannya < 0,05 dan t hitung > t tabel, maka hipotesis pada penelitian ini diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikannya > 0,05 dan t hitung < t tabel, maka hipotesis penelitian ini tidak diterima.

Uji F (simultan) : untuk menilai pengaruh seluruh variabel X terhadap variabel Y. Jika nilai signifikannya < 0,05, maka hasil menunjukkan semua variabel X terdapat pengaruh terhadap variabel Y. Jika F hitung > F tabel, menunjukkan adanya pengaruh. Jika F hitung < F tabel, maka tidak ada pengaruh.

Koefisien Determinasi ($R2$) : Mengukur berapa besarnya variabel terikat yang dapat dideskripsikan oleh variabel bebas.

Hasil

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Min.	Max.	Mean	Std Deviasi
Kepatuhan WP Gen Z (Y)	100	14	30	24.28	3.199
Pemahaman (X1)	100	9	20	15.72	2.225
Kesadaran (X2)	100	10	20	15.54	2.389
Sosialisasi (X3)	100	9	24	19.01	2.952
Digitalisasi (X4)	100	5	20	15.56	2.879

Dari Tabel 2 di atas menghasilkan bahwa setiap variabel memperlihatkan nilai mean > nilai standar deviasi, artinya data setiap variabel cenderung lebih berada di sekitar nilai mean. Tabel 2 menunjukkan dari 100 responden yang menjawab pertanyaan tentang Kepatuhan Wajib Pajak untuk 6 pertanyaan yang diajukan, didapatkan nilai terkecil sebesar 14 dan nilai terbesar 30, nilai mean jawaban responden sebesar 24,48 dan standar deviasi sebesar 3,199. Pemahaman Pajak yang terdiri dari 4 pertanyaan didapatkan nilai terkecil sebesar 9 dan nilai terbesar 20 dengan nilai mean jawaban responden 15,72 dan standar deviasi dengan nilai 2,225. Kesadaran Pajak yang terdiri dari 4 pertanyaan didapatkan nilai paling kecil sebesar 10 dan nilai paling besar 20 dengan nilai rata-rata jawaban responden 15,54 dan standar deviasi sebesar 2,389. Sosialisasi Pajak yang terdiri dari 5 pertanyaan didapatkan nilai terkecil sebesar 9 dan nilai terbesar 24, serta nilai rata-rata jawaban responden 19,01 dan standar deviasi senilai 2,952. Digitalisasi Pajak yang terdiri dari 4 pertanyaan didapatkan nilai minimum sebesar 5 dan nilai terbesar 20 dengan nilai mean jawaban responden 15,56 dan standar deviasi sebesar 2,879. Berdasarkan nilai rata-rata dari keempat variabel tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden merasa setuju dari pertanyaan yang disajikan peneliti.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Uji Normalitas (Kolmogorov)

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std Deviasi	2.30586231
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.081
	Negative	-.091
Test Statistic		.905
Asymp. Sig. (2-tailed)		.385

Hasil diatas membuktikan bahwa nilai signifikannya > 0,05 yaitu 0,385 berarti data telah menyebar secara normal.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

	Toleransi	VIF
Pemahaman Pajak	.260	3.840
Kesadaran Pajak	.334	2.993
Sosialiasi Pajak	.287	3.479
Digitalisasi Pajak	.402	2.485

Variabel Dependen: Kepatuhan WP Gen Z

Tabel 4 menunjukkan bahwa: a.) Nilai Toleransi > 0,10 terdiri dari pemahaman pajak (0,261), kesadaran pajak (0,334), sosialisasi pajak (0,287) dan digitalisasi pajak (0,402) sehingga dapat dinyatakan data tidak memiliki masalah multikolinearitas. b.) Nilai VIF < 10 terdiri dari pemahaman pajak (3,840), kesadaran pajak (2,993), sosialisasi pajak (3,479) dan digitalisasi pajak (2,485), pengujian ini lolos uji multikolinearitas.

Tabel 5. Uji Glesjer

	t	Sig.
Pemahaman Pajak	.124	.901
Kesadaran Pajak	-1.691	.094
Sosialisasi Pajak	-.175	.862
Digitalisasi Pajak	-1.839	.069
(Constant)	6.394	0.000

a. Dependent Variable: ABS_RES

Tabel 5 membuktikan bahwa Sig. > 0,05 yakni pemahaman pajak (0,901), kesadaran pajak (0,094), sosialisasi pajak (0,862) dan digitalisasi pajak (0,069) sehingga hasil menunjukkan tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Tabel 6. Analisis Regresi Berganda

	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta
(Constant)	8.990	1.740	
Pemahaman Pajak	.478	.208	.332
Kesadaran Pajak	.343	.171	.256
Sosialisasi Pajak	-.078	.149	-.072

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Digitalisasi Pajak	.265	.130	.238

a. Dependent Variable: Kepatuhan WP Gen Z

Rumus dan hasil analisis regresi berganda :

Kepatuhan Wajib Pajak = 8,990 + 0,478 Pemahaman Pajak + 0,343 Kesadaran Pajak - 0,078 Sosialisasi Pajak + 0,265 Digitalisasi Pajak

Nilai konstanta sebesar 8,990 artinya jika variabel pemahaman pajak, kesadaran pajak, sosialisasi pajak, dan digitalisasi pajak konstantanya dianggap tidak bernilai (0), maka nilai kepatuhan wajib pajak tetap sebesar 8,990. Pada variabel pemahaman pajak, jika pemahaman pajak suatu individu meningkatkan 1 kali, maka semakin meningkat peluang sebesar 0,478 untuk patuh pada kewajiban perpajakan. Untuk variabel kesadaran pajak, setiap meningkatnya kesadaran pajak 1 kali maka peluang untuk mematuhi kewajiban perpajakan dapat meningkat 0,343. Pada variabel sosialisasi pajak terdapat arah yang berlawanan, dengan sosialisasi pajak yang semakin ditingkatkan 1 kali, justru mengurangi niat suatu individu untuk mematuhi perpajakan senilai 0,078. Pada variabel digitalisasi pajak, setiap digitalisasi pajak ditingkatkan satu kali, maka keputusan wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakan akan terdorong sebesar 0,265.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Penilaian uji t adalah dengan mengamati t hitung dan t tabel. Pada penelitian ini menerapkan 5% nilai signifikansi untuk uji t, t tabel pada penelitian ini adalah 1,9853. Berikut hasil uji statistik t sebagai berikut :

Tabel 7. Uji t

	T	Sig
(Constant)	5.166	.000
Pemahaman Pajak	2.294	.024
Kesadaran Pajak	2.005	.048
Sosialisasi Pajak	-.522	.603
Digitalisasi Pajak	2.045	.044

Hasil dari tabel di atas menghasilkan bahwa pemahaman pajak, kesadaran pajak, dan digitalisasi pajak memiliki nilai t hitung > t tabel (1,9853), dan signifikan < 0,05, sehingga hipotesis diterima yang menunjukkan pemahaman pajak, kesadaran pajak, dan digitalisasi pajak berkontribusi yang berarti terhadap kepatuhan wajib pajak generasi Z sedangkan sosialisasi pajak memiliki nilai t hitung < t tabel (1,9853), dan signifikan > 0,05, sehingga hipotesis ditolak yang mengindikasikan sosialisasi pajak belum mampu mendorong kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Uji f

Interpretasi hasil uji f adalah dengan mengamati f hitung dan f tabel. F tabel pada penelitian ini adalah 2,47.

Tabel 8. Uji F

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	486.577	4	121.644	21.954	.000[b]
Residual	526.383	95	5.541		
Total	1012.960	99			

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Hasil uji f menjelaskan bahwa nilai f hitung > f tabel (2,47), dan signifikan < 0,05, sehingga pemahaman pajak, kesadaran pajak, sosialisasi pajak, dan digitalisasi pajak dinyatakan pengaruh signifikan secara bersamaan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Tabel 9. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Est.
.693[a]	.480	.458	2.354

Pada Tabel 9, nilai koefisien determinasi terdapat di nilai 0,458 artinya kepatuhan wajib pajak generasi Z mampu dideskripsikan oleh semua variabel bebas sebesar 45,8% dan sisanya 54,2% dapat diinterpretasikan oleh variabel di luar penelitian yang tidak diamati pada kajian ini.

Pembahasan

Penelitian ini memiliki maksud untuk mengevaluasi pengaruh Pemahaman Pajak, Kesadaran Pajak, Sosialisasi Pajak, Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z. Perilaku kepatuhan ini dianalisis menggunakan *Attribution Theory* yang menerangkan bahwa perilaku wajib pajak dibagi menjadi faktor internal dan eksternal, dengan internal berupa karakteristik ataupun sifat dari dalam diri seorang, eksternal yang berupa stimulus ataupun dipengaruhi oleh lingkungan dan fenomena sekitar.

Pengaruh Pemahaman Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z

Hasil uji t mengindikasikan bahwa pemahaman pajak dinilai mempunyai pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z sehingga dapat dinyatakan H1 pada penelitian ini diterima. Hal ini selaras dengan temuan oleh (Setiawan & Yanti, 2024) dan (Febriantika et al., 2025) bahwa pemahaman pajak memengaruhi sikap patuh wajib pajak. Kunci keberhasilan Generasi Z menyelesaikan tanggung jawab dengan baik dibekali pemahaman yang kuat terkait regulasi dan prosedur perpajakan. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian (Margaret et al., 2024) yang mengindikasikan pemahaman pajak tidak berpengaruh, hal ini mungkin disebabkan perbedaan tingkat pemahaman pajak responden Margaret et al. yang relatif rendah sehingga belum cukup memotivasi pemenuhan kewajiban perpajakannya. Ditinjau dari Teori Atribusi, pemahaman termasuk faktor internal tumbuh dari individu sendiri. Perilaku seseorang ditentukan oleh niatnya dan hal tersebut dibentuk melalui sikap dan pengetahuan dari suatu individu. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dapat membentuk sikap positif dan mendorong niat untuk berperilaku patuh karena mampu memahami pentingnya pajak sebagai kewajiban negara dan bentuk kontribusi terhadap pembangunan negara. Semakin baik pemahaman perpajakan Wajib Pajak Generasi Z akan hak dan kewajibannya, maka semakin tinggi kepatuhan mereka karena generasi ini cenderung lebih responsif terhadap informasi yang jelas, ringkas, dan mudah dipahami. Mereka juga cenderung beradaptasi dengan cepat dalam memahami informasi namun juga menyaring informasi yang diterima agar tetap relevan. Hasil ini menunjukkan untuk menghasilkan kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z yang baik dapat dilakukan melalui edukasi yang mudah dipahami baik itu secara visual dan kontekstual.

Pengaruh Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z

Pada tabel 7 didapatkan hasil yakni kesadaran wajib pajak berperan dalam menentukan kepatuhan wajib pajak Generasi Z sehingga dapat dinyatakan H2 pada penelitian ini diterima. Penelitian oleh (Setiawan & Yanti, 2024) dan (Margaret et al., 2024) juga mengungkapkan bahwa variabel kesadaran pajak menjadi salah satu penentu sikap patuh wajib pajak. Berbeda dengan penelitian (Amalia et al., 2023) yang menunjukkan kesadaran pajak tidak berpengaruh, perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik sampel di mana Amalia et al. meneliti karyawan bank berpenghasilan tetap dan kepatuhan pelaporan SPT yang cenderung disusun terstruktu oleh perusahaan, sedangkan penelitian ini meneliti Generasi Z di Kota Medan dengan latar belakang pekerjaan dan pengalaman perpajakan yang berbeda. Kesadaran Wajib Pajak yang dipungut pajaknya tumbuh dari diri sendiri yang kondisi dimana ketentuan

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9867

perpajakan diketahui, dipahami, dan dilaksanakan Wajib Pajak dengan tepat dan atas kehendak sendiri (Sulistyowati et al., 2021). Melalui Teori Atribusi, kesadaran termasuk pengaruh internal yang berasal dari diri sendiri karena kesadaran mencerminkan adanya pemahaman internal bahwa menyetor pajak merupakan kewajiban sosial dan bentuk responsibilitas sebagai warga negara. Generasi Z cenderung memiliki kepedulian terhadap isu sosial, keadilan, dan transparansi (Nurhuda et al., 2026). Oleh karena itu, Generasi Z bukan sekedar ingin mengikuti aturan, tetapi juga merasa perlu memahami alasan di balik suatu kebijakan yang dirancang. Jika mereka merasa bahwa pajak membawakan manfaat yang berarti bagi masyarakat, maka kesadaran tersebut yang mendorong mereka untuk mematuhi aturan secara sukarela. Responden pada penelitian ini memiliki kesadaran cukup terkait tanggung jawab dalam menjalankan kewajiban perpajakannya. Kesadaran tersebut meliputi menyelesaikan laporan SPT dengan akurat dan tepat waktu, melakukan pelaporan pajak untuk menghindari sanksi, serta menyelesaikan proses agar masuk daftar sebagai wajib pajak dengan kesadaran dari diri sendiri. Hasil ini menunjukkan kepatuhan wajib pajak dapat meningkat apabila disertai penjelasan fungsi pajak secara objektif, transparansi dalam memanfaatkan penerimaan pajak dan kontribusinya terhadap pembangunan nasional.

Pengaruh Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z

Pada Tabel 7, variabel sosialisasi pajak dinyatakan belum membuktikan adanya pengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z dan dinyatakan H3 pada penelitian ini ditolak. Salah satu penyebab terjadinya hal ini karena cara penyampaian informasi yang selama ini berlangsung belum sepenuhnya sesuai dengan karakter generasi ini. Jika dianalisis dari Teori Atribusi, sosialisasi pajak termasuk pengaruh eksternal yang seharusnya mampu membantu Wajib Pajak memenuhi tugas perpajakannya dengan patuh. Hasil ini didukung temuan oleh (Firmansyah et al., 2022) & (Astriyani et al., 2023) yang mengungkapkan belum terbukti sosialisasi dari pemerintah membawakan pengaruh terhadap kewajiban Wajib Pajak. Berbeda dengan hasil penelitian (Listiyowati & Aerlangga, 2025) yang menunjukkan sosialisasi pajak berpengaruh, hal tersebut dapat terjadi karena perbedaan kanal sosialisasi yang diukur. Listiyowati dan Aerlangga secara spesifik mengukur sosialisasi pajak melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, X. Sedangkan penelitian ini mengukur sosialisasi pajak melalui efektivitas penyuluhan, seminar, publikasi resmi, atau informasi langsung dari otoritas perpajakan. Efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat tergantung pada dimensi sosial, perilaku individu yang cenderung meniru tindakan individu lainnya, dan kepercayaan terhadap informasi. Sosialisasi yang tidak disampaikan melalui kanal yang akrab dengan Generasi Z dapat kurang efektif dalam memengaruhi kepatuhan. Sosialisasi pajak yang tidak dirancang secara kreatif memiliki kemungkinan hanya diterima sebatas pengetahuan saja tanpa mendorong perubahan perilaku Wajib Pajak itu sendiri.

Pengaruh Digitalisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z

Dari Tabel 7, hasil uji hipotesis menunjukkan Digitalisasi Pajak termasuk salah satu variabel yang mendorong kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z sehingga dinyatakan H4 pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian in searah dengan hasil penelitian (Utami et al., 2025) yang mengemukakan digitalisasi pajak berkontribusi terhadap kepatuhan Wajib Pajak. Hasil ini berbeda dengan penelitian (Nuhlaa & Prawestri, 2024) yang menunjukkan digitalisasi tidak berpengaruh, hal ini dapat disebabkan perbedaan periode penelitian dan tingkat kematangan sistem digital yang di mana penelitian ini dilakukan pada konteks digitalisasi perpajakan yang semakin berkembang. Ditinjau dari Teori Atribusi, variabel digitalisasi perpajakan termasuk faktor eksternal yang memfasilitasi pelaksanaan kewajiban perpajakan Generasi Z yang dilakukan dengan penyesuaian sistem administrasi yang dirancang oleh pemerintah. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin intensif wajib pajak generasi Z menggunakan layanan perpajakan digital, semakin tinggi kecenderungan untuk patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Penggunaan sistem digital bukan hanya menjadi sarana administratif, tetapi juga mempermudah wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya secara efisien. Hasil ini menunjukkan transformasi digital perpajakan mampu memotivasi kepatuhan wajib pajak Generasi Z karena sesuai dengan kebiasaan dan

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

preferensi Generasi Z yang serba digital. Semakin aktif wajib pajak Generasi Z menggunakan layanan digital perpajakan untuk melaksanakan kewajibannya, maka semakin besar peluang Generasi Z untuk patuh menyelesaikan kewajiban perpajakannya dengan efisien.

Kesimpulan

Hasil penelitian menyatakan bahwa pemahaman pajak, kesadaran pajak, dan digitalisasi pajak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z, sedangkan sosialisasi pajak masih dinilai tidak memiliki pengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Hal ini mengindikasikan wajib pajak Generasi Z telah memahami dengan baik terkait perpajakan sehingga hal ini mendorong sikap patuh mereka. Selain itu, generasi ini juga memiliki kesadaran yang cukup tinggi karena mereka cenderung memperhatikan isu sosial, memiliki moral yang tinggi terkait kewajiban mereka terhadap perpajakan, dan mengerti kontribusi dari pemungutan pajak yang dilakukan. Upaya yang dilakukan pemerintah terkait layanan sistem perpajakan digital juga berhasil mempermudah wajib pajak dalam membuat laporan perpajakan secara efisien dan terstruktur. Namun, untuk sosialisasi perpajakan dari pemerintah kepada generasi muda perlu ditingkatkan karena Generasi Z menganggap mereka belum menerima manfaat yang signifikan dari hasil sosialisasi yang dilakukan. Pentingnya aspek sosialisasi perlu ditingkatkan karena mengingat pentingnya peran Generasi Z yang akan menjadi pilar dalam mendukung sistem perpajakan nasional dalam beberapa waktu ke depan.

Hasil ini harapannya dapat memberikan rekomendasi kepada pemerintah agar membuat sosialisasi pajak yang lebih kreatif dan mampu mengajak wajib pajak generasi muda ini untuk berinteraktif langsung. Untuk wajib pajak Generasi Z, harapannya dapat turut andil dalam mengajak, mengedukasi, dan bertanya sesama wajib pajak terdekat apabila informasi perpajakan yang diterima belum cukup jelas, serta terus menyampaikan kritik dan saran yang membangun kepada pemerintah apabila upaya pemerintah dalam mendorong kepatuhan wajib pajak belum cukup memuaskan. Untuk peneliti berikutnya, disarankan dapat menggunakan variabel dependen yang belum diuji pada penelitian ini terutama aspek kepercayaan terhadap pemerintah mengingat Generasi Z cenderung aktif, sadar dan gencar menyuarakan isu sosial dan politik yang mungkin memengaruhi kepatuhan wajib pajak, serta memperbanyak jumlah sampel agar menghasilkan temuan yang lebih kuat dan komprehensif.

Referensi

Adawiyah, R., Rahmawati, Y., & Eprianto, I. (2023). Literature Review: Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Economina*, *2*(9), 2310–2321. https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.812

Agun, W. A. N. U., Datrini, L. K., & Amlayasa, A. A. B. (2022). Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan Orang Pribadi. *WICAKSANA: Jurnal Lingkungan Dan Pembangunan*, *6*(1), 23–31. https://doi.org/10.22225/wicaksana.6.1.2022.23-31

Amalia, E. V., Hernawati, R. I., Durya, N. P. M. A., & Isthika, W. (2023). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Pelaporan SPT Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, *11*(3), 521–530. https://doi.org/10.37641/jiakes.v11i3.2211

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, *14*(1), 15–31. https://doi.org/https:/doi.org/10.26618/whw41w62

Astriyani, M., Wulandari, H. K., & Rahmawati, T. (2023). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, *1*(2), 475–485.

Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Badan Pusat Statistik.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

https://demakkab.bps.go.id/id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html

Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa)*. Badan Pusat Statistik. https://medankota.bps.go.if/id/statistics-table/2/MTAylzl=/jumlah-penduduk-kota-medan-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html

Dofira, T., & Irawan, B. (2026). Pengaruh Kesadaran Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) Pajak Penghasilan (PPH) Orang Pribadi Guru SMA Di Kecamatan Padang Utara. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, *6*(1), 89–101.

Febriantika, D., Widayati, N., Fauzi, Mulatsih, S. N., & Saepuloh, D. (2025). Determinan Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Gen-Z Di Provinsi Banten. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, *5*(1), 159–178. https://jurnaltsm.id/index.php/EJATSM

Firmansyah, A., Harryanto, & Trisnawati, E. (2022). Peran Mediasi Sistem Informasi Dalam Hubungan Sosialisasi Pajak, Sanksi Pajak, Kesadaran Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Pajak Indonesia*, *6*(1), 130–142.

Fitria, R., Fionasari, D., & Sari, D. P. P. S. (2022). Pengaruh Kebijakan Insentif Pajak Penghasilan Bagi UMKM dan Digitalisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal IAKP*, *3*(2), 139–150.

Hardini, W., & Oktapiani, E. (2026). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi (JRMA)*, *14*(2), 248–262. https://doi.org/https://doi.org/10.21067/jrma.v14i1.14399

Listiyowati, & Aerlangga. (2025). PENGARUH SOSIALISASI PAJAK MELALUI MEDIA SOSIAL DAN KEPERCAYAAN PADA PEMERINTAH TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI (Studi Pada Generasi Z di Kota Tangerang Selatan). *Global Research and Innovation Journal (GREAT)*, *1*(2), 2735–2744.

Margaret, E., Damayanti, F., & Rusliyawati. (2024). The Effect of Tax Knowledge and Taxpayer Awareness on Taxpayer Compliance. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *12*(5), 1673–1680. https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1750

Mushofa, Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiraton*, *5*(12), 5937–5948. https://doi.org/10.38035/rrj.v8i3.2117

Najib, M. R. B., & Muhammad, R. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Penerimaan Pajak UMKM (Studi Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Pelaku UMKM Di Lombok NTB). *NCAF: Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, *7*, 161–171. https://journal.uii.ac.id/NCAF/article/view/38702

Nuhlaa, H., & Prawestri, A. D. (2024). Gen Z's Perception of Understanding Tax Compliance Behavior. *Proceeding of the International Conference on Economics, Accounting, and Taxation*, *1*(2), 136–152. https://prosiding.areai.or.id/index.php.ICEAT

Nurhuda, Sheena, I. A., Putra, A. F., Putri, G. Z., & Wafiq, Z. A. (2026). Modernisasi dan Kepedulian Sosial Generasi Z : Analisis Empati di Era Digital. *Sosial: Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS*, *4*(3), 1–10. https://doi.org/https://doi.org/10.62383/sosial.v4i3.1930

Nurmalasari, W. I. (2023). The Influence of Tax Socialization, Tax Sanctions, Understanding of Tax Regulations and Tax Awareness Regarding Taxpayer Compliance in Surabaya. *Jurnal Bisnis Terapan*, *7*(2), 159–168. https://doi.org/10.24123/jbt.v7i2.5939

Pradana, R. F., & Firmansyah, A. (2020). The role of prevention efforts in association between interactional fairness and taxpayer compliances intentions. *International Journal of Scientific and Technology Research*, *9*(2), 3176–3186.

Pusparini, D. A., & Haryati, T. (2025). Determinasi Kepatuhan Calon Wajib Pajak : Peran Pemahaman Perpajakan, Love of Money Dan Tax Morale. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *9*(2), 2291–2305.

Putra, I. N. A., & Setiawan, P. E. (2020). The effect of taxpayer awareness, service quality, taxation understanding, and application of e-filling system on corporate taxpayer compliance. *American*

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Journal of Humanities and Social Sciences Research, *4*(2), 219–224. www.ajhssr.com

Rhidotin, N. F. (2022). Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Sanksi Perpajakan Kemudahan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *JIRA: Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntasi*, *11*(9), 1–20.

Setiawan, J., & Yanti, L. D. (2024). Kontribusi Pengetahuan, Kesadaran, dan Digitalisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *ECo-Buss*, *7*(2), 1088–1101. https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1698

Soesana, A., Hani, S., Karwanto, F. A., Kuswandi, S., Sastri, L., Aswan, I. F. N., Hasibuan, F., & Lestari, H. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Kita MENULIS*.

Stevylian, K., & Agustiningsih, W. (2024). Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Sanksi Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, *4*(3), 1603–1618. https://doi.org/https://doi.org/10.54082/jupin.641

Sudiarto, M., & Junianto, Y. (2023). The Effect of Tax Administration, Tax Knowledge and Tax Sanctions on Taxpayer Compliance Of Personal Entrepeneurs In The Stationery Sector. *Journal of Accounting, Entrepreneurship, and Financial Technology*, *4*(2), 115–130.

Sulistyowati, M., Ferdian, T., & Girsang, R. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Yang Terdaftar Di SAMSAT Kabupaten Tebo). *JIAB: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, *1*(1), 29–45. https://doi.org/https://doi.org/10.36355/jiab.v1i1.487

Sunanta, & Leonardo. (2021). PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK DAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK. *SIKAP: Sistem Informasi, Keuangan, Auditing, Dan Perpajakan*, *6*(1), 86–95.

Takaria, Z. Y., & Sudjiman, L. S. (2020). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kota Jakarta. *Jurnal Ekonomis*, *13*(4b), 55–69. https://doi.org/10.58303/jeko.v13i4b.2426

Tambun, S., & Ananda, N. A. (2022). Pengaruh Kewajiban Moral Dan Digitalisasi Layanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Nasionalisme Sebagai Pemoderasi. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, *6*(3), 3158–3168. https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.999

Utami, R. T., Tjaraka, H., & Rahmiati, A. (2025). THE INFLUENCE OF DIGITALIZATION OF THE TAX SYSTEM, SOCIAL MEDIA, AND HEDONISM CULTURE ON TAX COMPLIANCE. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, *8*(2), 3903–3916.

Wicaksono, A., Novinda, A. P., & Choiriyyah, R. (2024). Realita Kesadaran dan Tantangan Pajak Dikalangan Generasi Z Sidoarjo dan Surabaya. *JURA: Jurnal Riset Akuntansi*, *2*(2), 174–183. https://doi.org/10.54066/jura-itb.v2i2.1776

Wijayanti, A., & Andhika, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan Regulasi Pajak E-Commerce Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak E-Commerce Dengan Peran Komite Audit Sebagai Variabel Moderating. *Media Akuntansi Perpajakan*, *5*(1), 1–11. http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP

Wulan, D. A. N., & Furqon, I. K. (2024). Membangun Kesadaran Generasi Z Akan Pentingnya Pajak Di Era Digital. *Jurnal Pajak Dan Akuntansi*, *1*(1), 1–11. https://doi.org/10.58906/taxaka.v1i1.190

Zakia, F. A., Sugiarti, & Siddiq, F. R. (2022). Analysis Of Understanding Level Of Tax Regulation, Taxpayer Awareness, Tax Socialization And Tax Provisions Of E-Commerce UMKM Towards Taxpayer Compliance. *ProBank: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, *7*(2), 208–218. http://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank

Zega, A., Gea, Y. V., Zebua, M. S., Ndraha, A. B., & Ferida, Y. (2024). Strategi Peningkatan Kesadaran Pajak Di Kalangan Generasi Muda Dalam Era Digital: Analisis Peran Teknologi Dan Pendidikan Menuju Indonesia Emas 2045. *IDENTIK: Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, *1*(2), 11–22.

Zul, A., & Nikmah, K. (2025). The use of attribution theory in accounting research: A literature review. *Equity Jurnal Akuntansi*, *5*(2), 108–122. https://doi.org/10.46821/equity.v5i2.627

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 06 | Nomor 03 | November 2026 | E-ISSN : 2797-7161 | DOI: doi.org/jebma.v6n3.9867

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License