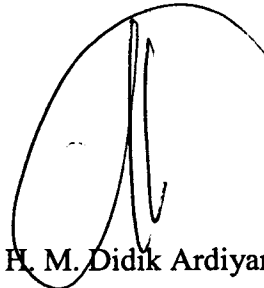


PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : A.A.Ratih Khomalyana Dewi
Nomor Induk Mahasiswa : C2C005218
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Akuntansi
Judul Usulan Penelitian Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENERIMAAN
WAJIB PAJAK TERHADAP
PENGUNAAN *E-FILLING*
(Studi Empiris Pada Wajib Pajak Badan
di Kota Semarang)**
Dosen Pembimbing : Drs. H. M. Didik Ardiyanto, M.Si., Akt.

Semarang, 7 September 2009

Dosen Pembimbing,



(Drs. H. M. Didik Ardiyanto, M.Si., Akt.)
NIP. 132003713

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan wajib pajak terhadap penggunaan *e-filling* di Kota Semarang. Penelitian ini layak dilakukan karena untuk memverifikasi apakah teori tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) *e-filling* oleh wajib pajak dengan seting obyek penelitian yang berbeda memperoleh hasil yang sama atau berbeda.

Metode pengumpulan sampel dengan menggunakan kuesioner. Respondennya adalah wajib pajak badan yang menggunakan *e-filling* di kota Semarang. Metode pengumpulan sampel (*sampling method*) yang digunakan adalah *convenience sampling*. Metode *convenience sampling* adalah metode pengumpulan sampel *nonprobability sampling*. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, penelitian ini mencoba untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kompleksitas, kesukarelaan, pengalaman, sikap terhadap *e-filling*, keamanan dan kerahasiaan, desain dan konten, serta kecepatan terhadap minat perilaku untuk menggunakan *e-filling*.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut: (1) persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku penggunaan *e-filling*, (2) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku penggunaan *e-filling*, (3) kompleksitas berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku penggunaan *e-filling*, (4) kesukarelaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku penggunaan *e-filling*, (5) pengalaman tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *e-filling*, (6) sikap terhadap penggunaan *e-filling* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku penggunaan *e-filling*, (7) keamanan dan kerahasiaan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku penggunaan *e-filling*, (8) desain dan konten tidak berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku penggunaan *e-filling*, (9) kecepatan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku penggunaan *e-filling*.

Kata kunci: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kompleksitas, kesukarelaan, pengalaman, sikap terhadap penggunaan *e-filling*, keamanan dan kerahasiaan, desain dan konten, serta kecepatan.

ABSTRACT

The purpose of this present research was to investigate the factors that influenced the acceptance of taxpayer to the use of e-filling in Semarang. This present research investigation was valid to investigate in order to verify wheather the theory about the factors that influenced the bahavioral in using e-filling with different object of research could obtained the same result or not.

To collect the sample, the researcher used the questionnaire. The subjects under investigation were the taxpayer that used e-filling in Semarang. The researcher used convenience sampling to collect the data. Convenience sampling was a nonprobability sampling that used analisis regresi linier berganda. This present research was conducted to find out in empirically the influence perceived usefulness, perceived ease of use, complexity, voluntaries, experiences, attitude toward using e-filling, security and privacy, design and content, speed.

The result of this research were (1). Perceived usefulness significantly affected positive to the behavioral intention using e-filling, (2).perceived ease of use significantly affected positive to the behavioral intention using e-filling, (3). complexity significantly affected positive to the behavioral intention using e-filling, (4). voluntaries significantly affected positive to the behavioral intention using e-filling, (5).experience did not significantly to the behavioral intention using e-filling , (6). Attitude toward using e-filling did not significantly to the behavioral intention using e-filling, (7). Security and privacy did not significantly to the behavioral intention using e-filling,(8). Design and content did not significantly to behavioral intention using e-filling, (9). speed did not significantly to behavioral intention using e-filling.

Keyword : *perceived usefulness,perceived ease of use,complexity,voluntaries,experiences,attitude toward using e filling,security and privacy,design and content, and speed.*