

**ANALISIS TERHADAP PENERAPAN *THEORY  
OF CONSUMER ACCEPTANCE TECHNOLOGY*  
PADA E-SPT**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada  
Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :  
**PRITA SARASWATI**  
NIM. C2C009255


**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2013**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Prita Saraswati  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009255  
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi  
Judul Skripsi : **ANALISIS TERHADAP PENERAPAN  
THEORY OF CONSUMER  
ACCEPTANCE TECHNOLOGY PADA  
E-SPT**  
Dosen Pembimbing : Dr. Endang Kiswara, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 7 Maret 2013

Dosen Pembimbing,

 1/4-13

(Dr. Endang Kiswara, S.E., M.Si., Akt.)

NIP. 196902141994122001

## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Prita Saraswati  
Nomor Induk Mahasiswa : C2C009255  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi  
Judul Usulan Penelitian Skripsi : **ANALISIS TERHADAP PENERAPAN  
THEORY OF CONSUMER ACCEPTANCE  
TECHNOLOGY PADA E-SPT**  
Dosen Pembimbing : Dr. Endang Kiswara, S.E., M.Si., Akt.

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 15 Maret 2013

Tim Penguji

1. Dr. Endang Kiswara, S.E., M.Si.,Akt.

2. Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si.,Akt.

3. Marsono, M.Adv., Acc.,Akt.

*prof 4/4-13*  
(.....)

*Dr. Muchamad Syafruddin*  
(.....)

*Marsono*  
(.....)

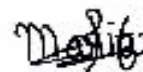
## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Prita Saraswati, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: *ANALISIS TERHADAP PENERAPAN THEORY OF CONSUMER ACCEPTANCE TECHNOLOGY PADA E-SPT*, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin dan meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 7 Maret 2013

Yang membuat pernyataan,



Prita Saraswati

NIM: C2C009255

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memprediksi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku wajib pajak terhadap minat penggunaan E-SPT di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian Kulviwat,dkk.(2007) yang mengintegrasikan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *Pleasure, Arousal, and Dominance* (PAD) menjadi suatu model *Consumer Acceptance Technology* (CAT) . Penelitian ini dilakukan pada wajib pajak badan di DKI Jakarta, Indonesia. Obyek penelitian ini adalah aplikasi pajak khususnya E-SPT yang dikembangkan oleh Dirjen Pajak Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 57 perusahaan yang telah menggunakan aplikasi pajak khususnya E-SPT. Metode analisis data yang digunakan adalah SmartPLS 2.0.

Penelitian ini menggunakan variabel persepsi keunggulan relatif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kesenangan, keinginan, dominansi, sikap, dan minat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap wajib pajak merupakan faktor utama yang mempengaruhi minat wajib pajak dalam menggunakan E-SPT. *Consumer Acceptance Technology* (CAT) dapat diintegrasikan sebagai model penelitian untuk menjelaskan minat wajib pajak badan dalam menggunakan E-SPT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keunggulan relatif, kesenangan, keinginan, dan dominansi berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap wajib dalam menggunakan E-SPT. Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap wajib pajak menggunakan E-SPT. Jadi, untuk meningkatkan penggunaan E-SPT oleh wajib pajak maka persepsi keunggulan relatif, kesenangan, keinginan, dan dominansi E-SPT perlu ditingkatkan.

Kata kunci : E-SPT, *Consumer Acceptance Technology* (CAT), sikap, minat

## **ABSTRACT**

*This study aims to predict the factors that influence taxpayer behavior towards the use of E-SPT interests in Indonesia. This research is a replication of the study Kulviwat, et al. (2007) that integrates Technology Acceptance Model (TAM) by Pleasure, Arousal, and Dominance (PAD) into a model of Consumer Acceptance Technology (CAT). The research was conducted on corporate taxpayers in Jakarta, Indonesia. The object of this research is the application of taxes in particular E-SPT was developed by the Indonesian Directorate General of Taxation. The sample used in this study were 57 companies that have used the tax application in particular E-SPT. Data analysis method used is Smart PLS 2.0.*

*This study uses the variable perceived of relative advantage, perceived usefulness, perceived ease of use, pleasure, arousal, dominance, attitudes, and intentions in using E-SPT. The results of this study indicate that the taxpayer attitudes are the main factors affecting the taxpayers interest in using e-SPT. Consumer Acceptance Technology (CAT) can be integrated as a research model for explaining the corporate taxpayers to use E-SPT.*

*The results of this study showed that the perceived of relative advantage, pleasure, arousal, and dominance have significant and positive impact on the attitude required to use E-SPT. Perceived usefulness and perceived ease of use have no significant effect on the attitude of taxpayers to use E-SPT. So, to increase the use of E-SPT returned by the taxpayer perceived of relative advantage, pleasure, arousal, and dominance of E-SPT need to be improved.*

*Keywords : E-SPT, Consumer Acceptance Technology (CAT), attitude, intention*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas karunia dan berkat-Nya maka penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Penyusunan skripsi ini, penulis sadari tidak hanya sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, tetapi juga melatih penulis untuk bisa tekun, teliti, dan mandiri dalam menyelesaikan suatu masalah. Selain itu penyusunan skripsi ini juga mengembangkan semangat di diri penulis untuk terus mengembangkan pengetahuan yang penulis miliki karena pengetahuan tidak akan berhenti, tetapi akan terus bertambah seiring bertambahnya waktu.

Skripsi ini berjudul “Analisis terhadap Penerapan *Theory of Consumer Acceptance Technology* pada E-SPT” karena penulis ingin mengajak masyarakat khususnya wajib pajak untuk mempunyai niat menggunakan aplikasi pajak untuk membayar dan melaporkan pajak.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak hanya dari diri penulis sendiri, tetapi juga dari kebaikan berbagai pihak yang dengan rela membantu penulis baik secara langsung dengan perbuatan maupun secara tidak langsung dengan dukungan moral. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, Ph.D., M.Si., Akt., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

2. Ibu Dr. Endang Kiswara, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan, saran, dan motivasi yang sangat berharga bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
3. Bapak Prof. Dr. Muchammad Syafruddin, M.Si., Akt., selaku Ketua Jurusan Akuntansi
4. Bapak Drs. Sudarno, SE., M.Si., Akt., Ph.D. selaku dosen wali yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan.
5. Semua dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuannya selama masa perkuliahan.
6. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas bantuan selama masa perkuliahan.
7. Orangtuaku tercinta yang telah memberikan dukungan berupa doa, semangat, dan masukan hingga terselesainya skripsi ini.
8. Adikku kribo yang selalu memberikan semangat dalam aktivitas belajar dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Mas panji atas segala semangat dan bantuannya dalam aktivitas belajar.
10. Sahabatku sekaligus malaikat penolongku, Maria Meilindo yang telah memberikan semangat dan pengalaman berharga selama kuliah.
11. Teman-teman seperjuangan Akuntansi 2009, Yashinta, Maydica, Dian, Chintya, Lulus, Yuli, dan seluruh teman-teman kuliah yang telah memberikan berbagai keceriaan dalam perjalanan masa kuliah ini.



12. Teman-teman sejinis biru, Intan, Desta, Haris, Ocir, Riza, Denny, Jojo, Tegar, Siska yang selalu menyemangati saat pembuatan skripsi ini.
13. Dewi, Okky, Intan, Mas Hadi, Mas Sapta atas segala semangat dan pengalaman berharga selama pembuatan skripsi ini.
14. Seluruh rekan dan responden penelitian yang telah membantu perolehan data dan penyelesaian skripsi ini.
15. Semua pihak lain yang telah membantu penyelesaian skripsi, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan yang diberikan.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis, penulis sadar kalau skripsi ini masih kurang dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mohon kritik dan saran yang membangun dalam penyusunan skripsi yang akan datang.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang mau membaca skripsi ini dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk mempelajari ilmu yang ada di sekitar karena ilmu yang dimiliki juga merupakan salah satu cara menuju masa depan.

Semarang, Maret 2013

Penulis

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Jadilah seperti air, tidak mengalahkan, tidak dikalahkan tetapi sampai tujuan”

*“Not only act but also dream, not only plan but also believe”*

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk Bapak, Ibu,  
dan Adekku tersayang.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan .....	6
1.4 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 <i>Pleasure Arousal Dominance</i> .....	10
2.1.2 <i>Theory of Reasoned Action</i> .....	13
2.1.3 <i>Theory Acceptance Model</i> .....	13
2.1.4 <i>Consumer Acceptance Technology</i> .....	14
2.1.5 E-SPT .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	20
2.4 Hipotesis .....	22

2.4.1	Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif Terhadap Persepsi Kegunaan dan Sikap Wajib Pajak.....	22
2.4.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Kegunaan dan Sikap Wajib Pajak.....	23
2.4.3	Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	24
2.4.4	Pengaruh Kesenangan terhadap Sikap Wajib Pajak ..	25
2.4.5	Pengaruh Keinginan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	25
2.4.6	Pengaruh Dominansi terhadap Sikap Wajib Pajak.....	26
2.4.7	Pengaruh Sikap Wajib Pajak terhadap Minat Menggunakan E-SPT.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	28
3.2.1	Persepsi Keunggulan Relatif.....	29
3.2.2	Persepsi Kegunaan.....	29
3.2.3	Persepsi Kemudahan.....	30
3.2.4	Kesenangan Penggunaan.....	31
3.2.5	Keinginan Penggunaan.....	31
3.2.6	Dominansi.....	32
3.2.7	Sikap.....	33
3.2.8	Minat Penggunaan E-SPT.....	33
3.2.9	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.3	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.6	Metode Analisis Data.....	38
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	38
3.6.2	<i>Partial Least Square</i> .....	39
3.6.3	Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> .....	41
3.6.4	Model Struktural atau <i>Inner Model</i> .....	42

3.6.5 Uji Hipotesis.....	42
3.6.7. Pengujian Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	44
4.2 Statistik Deskriptif.....	46
4.3 Analisis Data.....	50
4.3.1 Uji Kualitas Data.....	51
4.3.1.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	51
4.3.1.2 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	64
4.3.2 Pengujian Hipotesis.....	65
4.3.3 Pengujian Analisis Jalur ( <i>path analysis</i> ).....	68
4.4 Interpretasi Hasil.....	70
4.4.1 Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif terhadap Persepsi Kegunaan.....	70
4.4.2 Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif terhadap Sikap Wajib Pajak.....	71
4.4.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi Kegunaan.....	72
4.4.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	74
4.4.5 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	75
4.4.6 Pengaruh Kesenangan Penggunaan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	76
4.4.7 Pengaruh Keinginan Menggunakan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	78
4.4.8 Pengaruh Dominansi terhadap Sikap Wajib Pajak.....	79
4.4.9 Pengaruh Sikap terhadap Minat Penggunaan E-SPT.....	80
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	82

5.2 Implikasi Penelitian.....	85
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.4 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	49
Tabel 4.2	Statistik Deskripsi Responden.....	50
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 4.4	Outer Loading.....	58
Tabel 4.5	<i>Outer Loading</i> Variabel Persepsi Keunggulan Relatif.....	59
Tabel 4.6	Outer Loading Variabel Persepsi Kegunaan.....	59
Tabel 4.7	<i>Outer Loading</i> Variabel Persepsi Kemudahan.....	60
Tabel 4.8.	Outer Loading Variabel Kesenangan.....	61
Tabel 4.9	<i>Outer Loading Variabel</i> Keinginan.....	61
Tabel 4.10	<i>Outer Loading Variabel</i> Dominansi.....	62
Tabel 4.11	Outer Loading Variabel Sikap.....	62
Tabel 4.12	<i>Outer Loading Variabel</i> Minat.....	63
Tabel 4.13	<i>Cross Loading</i> .....	64
Tabel 4.14	<i>Composite Reliability</i> .....	65
Tabel 4.15	AVE.....	66
Tabel 4.16	Matriks Korelasi Antar Konstruk.....	67
Tabel 4.17	R-Square.....	68
Tabel 4.18	<i>Path Coefficients</i> .....	70
Tabel 4.19	Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif terhadap Sikap Wajib Pajak melalui Persepsi Kegunaan.....	72
Tabel 4.20	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Wajib Pajak melalui Persepsi Kegunaan.....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Mehrabian-Russel .....	12
Gambar 2.2.	<i>Theory of Reasoned Action</i> .....	14
Gambar 2.3.	<i>Technology Acceptance Model</i> .....	15
Gambar 2.4.	<i>Consumer Acceptance Technology</i> .....	17
Gambar 2.5.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	23
Gambar 4.1	Model Penelitian.....	56
Gambar 4.2	PLS Algoritm.....	57
Gambar 4.3	<i>Bootstrapping</i> .....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Ijin Penelitian.....	92
Lampiran B Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran C Daftar Sampel.....	103
Lampiran D Tabulasi Data.....	106
Lampiran E Tabel Hasil <i>Output</i> SPSS.....	109
Lampiran F Gambar Hasil <i>Output</i> SmartPLS.....	111
Lampiran G Tabel Hasil <i>Output</i> SmartPLS.....	115

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai latar belakang dalam menganalisis perilaku penerimaan teknologi pajak E-SPT dengan pendekatan *Consumer Acceptance Technology* (CAT). Selain itu, akan dijabarkan pula rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan. Selengkapnya dapat dilihat pada uraian berikut ini:

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perubahan perilaku dalam suatu organisasi dapat disebabkan karena perubahan struktur organisasi, penggunaan teknologi sistem informasi yang baru maupun lingkungan diluar organisasi. Penggunaan teknologi sistem informasi yang baru atau penggantian pemakaian teknologi sistem informasi baru juga akan merubah perilaku individu dalam organisasi. Perubahan merupakan sesuatu yang harus dilakukan, tanpa adanya perubahan tidak akan ada perbaikan.

Perubahan perilaku individu terhadap teknologi sistem informasi terkait dengan kinerja individu dapat dikarenakan oleh faktor-faktor, seperti sikap individu, norma-norma subyektif, niat, kontrol keperilakuan, penerimaan terhadap teknologi sistem informasi, kesesuaian tugas dengan teknologi, rantai kinerja teknologi, kepercayaan terhadap teknologi, pelekatan psikologi dengan adanya teknologi, dan karakteristik kualitatif teknologi sistem informasi. Dengan adanya berbagai faktor-faktor tersebut, maka memunculkan berbagai model keperilakuan dalam penggunaan teknologi sistem informasi, seperti Model *Theory of Reasoned*

*Action (TRA), Model Theory Planned Behavior (TPB), Model Technology Acceptance Model (TAM), Pleasure Arousal Dominance (PAD), Consumer Acceptance Technology (CAT).* Model-model teknologi ini muncul karena keinginan pemakai, kebutuhan organisasi, dan kemampuan teknologi sistem informasi. Setiap individu dan organisasi harus dapat menyesuaikan dengan model tersebut agar dapat sesuai dengan kebutuhannya sehingga dapat meningkatkan kinerja dan menimbulkan kepuasan bagi pemakai. Dalam hal penyesuaian tersebut tentu saja keperilakuan dari setiap individu untuk menggunakan suatu teknologi merupakan salah satu hal yang penting. Keperilakuan merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Tanggapan atau reaksi individu dapat bersifat mendukung atau menentang rangsangan tersebut. Apabila rangsangan diberikan terus menerus, maka individu secara perlahan maupun cepat akan beradaptasi dengan rangsangan tersebut. Begitu pula dengan rangsangan individu terhadap suatu teknologi. Teknologi didefinisikan sebagai alat yang digunakan oleh individu untuk membantu menyelesaikan tugas-tugas mereka (Goodhue, 1995). Alat tersebut dapat berupa perangkat lunak maupun perangkat keras. Suatu teknologi akan bekerja dan membentuk suatu sistem informasi bagi para penggunanya. Sistem informasi merupakan seperangkat komponen yang saling berhubungan yang berfungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pembuatan keputusan dan pengawasan dalam organisasi (Laudon and Laudon, 2000).

Kecenderungan individu untuk menggunakan suatu teknologi sistem informasi dipengaruhi oleh meningkatnya pengetahuan individu tersebut dalam hal penggunaan teknologi sistem informasi. Perkembangan teknologi sistem informasi yang telah berkembang menjadi berbasis web telah menimbulkan berbagai reaksi dalam proses penggunaannya. Nalar dan *affect* yang dimiliki individu juga merupakan suatu hal yang penting dalam mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi. Oleh karena itu, untuk mengetahui pengaruh penerimaan teknologi dengan menggabungkan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *Pleasure, Arousal, and Dominance* (PAD) menjadi suatu model *Consumer Acceptance Technology* (CAT) maka penulis membuat skripsi ini dengan judul “Analisis Terhadap Penerapan *Theory Of Consumer Acceptance Technology* Pada E-SPT”.

E-SPT adalah aplikasi yang disediakan oleh Dirjen Pajak yang dapat digunakan oleh wajib pajak untuk memudahkan penyampaian dan pelaporan SPT. Penerapan E-SPT diawali dengan dikeluarkannya Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-88/PJ./2004 tanggal 14 Mei 2004 (BN No.7069 hal. 4B) tentang Penyampaian Surat Pemberitahuan (e-SPT) secara Elektronik. Program ini diciptakan dalam rangka menjawab dan menyikapi peningkatan kebutuhan komunitas wajib pajak yang tersebar di seluruh Indonesia. Kebutuhan-kebutuhan para komunitas wajib pajak tersebut, diantaranya mengenai peningkatan pelayanan pajak yang semakin baik, penghematan biaya pemrosesan laporan pajak, dan keinginan untuk mengurangi beban proses administrasi laporan pajak menggunakan kertas.

Hal ini merupakan hal yang penting diperhatikan oleh negara. Penerimaan pajak merupakan sumber utama pembiayaan pemerintah dan pembangunan yang dalam hal ini tertuang dalam Anggaran Penerimaan dan Belanja Negara (APBN) dimana penerimaan pajak merupakan penerimaan dalam negeri yang terbesar sehingga aplikasi pajak khususnya E-SPT merupakan hal yang penting yang dapat memudahkan dalam pengaturan penerimaan pajak.

Beberapa penelitian sebelumnya lebih berfokus pada penggunaan suatu teknologi dengan menggunakan intergrasi pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian yang dilakukan Fu *et al.* (2009) dan Tsung-Lu *et al.* (2010) mengintegrasikan TPB dan TAM dalam penggunaan *tax filling*. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Fu *et al.* (2009) adalah bahwa wajib pajak cenderung untuk berkonsentrasi pada kegunaan metode *electronic tax filing* dan dapat cukup pragmatis dalam mengembangkan sikap umum terhadap menggunakan metode tersebut. Terdapat perbedaan persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan efikasi diri pada niat perilaku dalam pelaporan pajak manual dan elektronik. Sementara itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Tsung-Lu *et al.* (2010) menunjukkan bahwa perilaku penggunaan *online tax filing* dipengaruhi oleh faktor kontrol perilaku, sikap dan norma subjektif dari wajib pajak. Sedangkan norma sosial dan moral, ekuitas pajak menjadi salah satu prediktor penting terhadap penggunaan *e-filing*. Penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap wajib pajak dalam menggunakan *e-filing*.

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian Kulviwat,dkk.(2007) yang mengintegrasikan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *Pleasure, Arousal, and Dominance* (PAD) menjadi suatu model *Consumer Acceptance Technology* (CAT). Penelitian terdahulu ini dilakukan kepada mahasiswa dengan rata-rata usia 22 tahun khususnya 260 mahasiswa di Midwstern University yang menggunakan PDA. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa seseorang menggunakan suatu teknologi tidak hanya berdasarkan nalar tetapi juga mempertimbangkan *affect* yang merupakan perasaan dan teori konsumen.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Kulviwat,dkk.(2007) adalah perbedaan lokasi, sampel, dan obyek penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan para pengguna PDA sebagai sampel penelitian, sedangkan penelitian ini dilakukan pada wajib pajak badan di DKI Jakarta, Indonesia. Obyek penelitian ini adalah aplikasi pajak khususnya E-SPT yang dikembangkan oleh Dirjen Pajak Indonesia. Penelitian dilakukan pada wajib pajak badan di DKI Jakarta karena di kota tersebut paling banyak terdapat wajib pajak badan yang telah menggunakan aplikasi pajak khususnya E-SPT.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pajak maka diadakan penyampaian Surat Pemberitahuan secara elektronik (E-SPT). Penyampaian dan pelaporan pajak secara elektronik ini dinilai lebih efektif, efisien, dan mudah dipantau. Namun, itu semua tidak mungkin dapat tercapai apabila pengguna tidak memiliki minat untuk menerima E-SPT. Kedua hal tersebut harus berjalan

bersamaan agar fungsi dan manfaat dari penggunaan E-SPT dapat tercapai dengan optimal. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi keunggulan relatif berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan?
2. Apakah persepsi keunggulan relatif berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak?
3. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan?
4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak?
5. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak?
6. Apakah kesenangan menggunakan E-SPT berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak?
7. Apakah keinginan menggunakan E-SPT berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak?
8. Apakah dominansi berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak?
9. Apakah sikap wajib pajak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-SPT?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan**

Penelitian ini mempunyai tujuan dan kegunaan sebagai berikut :

#### **a. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menguji persepsi keunggulan relatif terhadap persepsi kegunaan.

2. Untuk menguji hubungan persepsi keunggulan relatif terhadap sikap wajib pajak.
3. Untuk menguji hubungan persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan.
4. Untuk menguji hubungan persepsi kemudahan terhadap sikap wajib pajak.
5. Untuk menguji hubungan persepsi kegunaan terhadap sikap wajib pajak.
6. Untuk menguji hubungan kesenangan menggunakan E-SPT terhadap sikap wajib pajak.
7. Untuk menguji hubungan keinginan terhadap sikap wajib pajak.
8. Untuk menguji hubungan dominansi terhadap sikap wajib pajak.
9. Untuk menguji hubungan sikap wajib pajak terhadap minat menggunakan E-SPT.

**b. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, yaitu :

1. Bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP), hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan untuk meningkatkan kehandalan dari suatu sistem informasi dan pelayanan aplikasi pajak, khususnya E-SPT.
2. Bagi wajib pajak badan, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan meningkatkan minat dalam hal penggunaan E-SPT.
3. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat dijadikan referensi atau acuan bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku wajib pajak terhadap penerimaan dan penggunaan E-SPT.



#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Untuk mendapat gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai penulisan penelitian ini, maka penulisan disusun sebagai berikut :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya disusun rumusan masalah dan diuraikan tentang tujuan dan manfaat penelitian, serta disusun sistematika penulisan di akhir bab ini.

##### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Bab ini meliputi landasan teori yang menjadi dasar dari penelitian dan penelitian terdahulu yang dijadikan dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini. Setelah itu diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian kemudian disebutkan hipotesis-hipotesis yang ingin diuji dalam penelitian ini.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai bagaimana penelitian ini dilakukan secara operasional. Bab ini terdiri atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, serta definisi operasionalnya. Setelah itu, dijelaskan mengenai pengambilan sampel, jenis, dan sumber data yang digunakan, serta metode pengambilan data, dan diakhiri dengan alat analisis yang digunakan untuk menganalisis data yang telah diperoleh.

#### BAB IV : HASIL dan PEMBAHASAN

Bab ini membahas deskripsi hasil pengolahan data, pengujian hipotesis, dan penjelasan yang mendukung dalam rangka pengambilan kesimpulan penelitian. Setelah itu diuraikan mengenai analisis data dari perolehan penelitian yang dilakukan serta pembahasannya.

#### BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup dan bagian akhir dari penelitian ini yang terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi, keterbatasan-keterbatasan, dan saran dari hasil penelitian yang dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

Telaah pustaka berisi landasan teori yang digunakan untuk menganalisis perilaku penerimaan teknologi pajak E-SPT dengan pendekatan *Consumer Acceptance Technology* (CAT). Selain itu, telaah pustaka ini akan membahas mengenai hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Pada bagian ini dijelaskan pula kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis untuk memperjelas pemikiran logis pada penelitian ini. Oleh karena itu, secara sistematis bab ini mencakup landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

#### **2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu**

Dalam bagian ini akan dipaparkan teori-teori yang melandasi penelitian ini. Mulai dari *Pleasure Arousal Dominance (PAD)*, *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Consumer Acceptance Technology (CAT)* hingga aspek-aspek yang berkaitan dengan E-SPT.

##### **2.1.1 *Pleasure Arousal Dominance (PAD)***

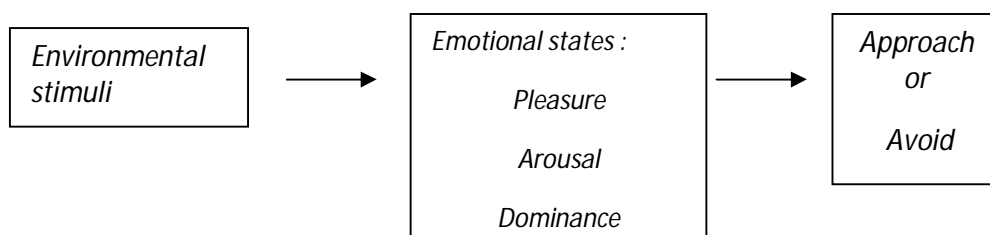
*Pleasure Arousal Dominance (PAD)* merupakan teori perilaku manusia yang mempengaruhi suatu tindakan yang dilakukan oleh manusia tersebut. PAD dikembangkan oleh Mehrabian Russell tahun 1974. PAD menjelaskan bahwa penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh kesenangan (*pleasure*), keinginan (*arousal*), dan dominansi (*dominance*). *Kesenangan (pleasure)* mengacu pada tingkat dimana individu merasakan baik, penuh kegembiraan, bahagia, atau puas

dalam suatu situasi. Kesenangan (*pleasure*) dapat diukur dengan penilaian reaksi lisan ke lingkungan seperti bahagia sebagai lawan sedih, menyenangkan sebagai lawan tidak menyenangkan, puas sebagai lawan tidak puas, penuh harapan sebagai lawan berputus asa, dan santai sebagai lawan bosan (Semuel, 2005).

Keinginan (*arousal*) dapat ditunjukkan dengan perasaan bersemangat atau terpacu yang dimiliki oleh seseorang. Keinginan (*arousal*) mengacu pada tingkat dimana individu merasakan puas dalam suatu situasi, merasakan siaga, digairahkan, atau situasi aktif. *Arousal* secara lisan dianggap sebagai laporan responden, seperti pada saat dirangsang, ditentang, atau diperlonggar (Semuel, 2005).

Dominansi (*dominance*) berhubungan dengan perasaan mendominasi seseorang. Dominansi (*dominance*) ditandai dengan laporan responden yang merasa dikendalikan sebagai lawan mengendalikan, terkendali sebagai lawan diawasi, penting sebagai lawan dikagumi, dominan sebagai lawan bersikap tunduk, dan otonomi sebagai lawan dipandu (Semuel, 2005)

**Gambar 2.1**  
**Model Mehrabian-Russel**



Sumber : Mehrabian-Russel (1974) dalam Semuel (2005)

### 2.1.2 *Theory of Reasoned Action (TRA)*

*Theory of Reasoned Action (TRA)* merupakan teori dasar dalam berperilaku yang dipengerahhi oleh minat atau keinginan untuk melakukannya.

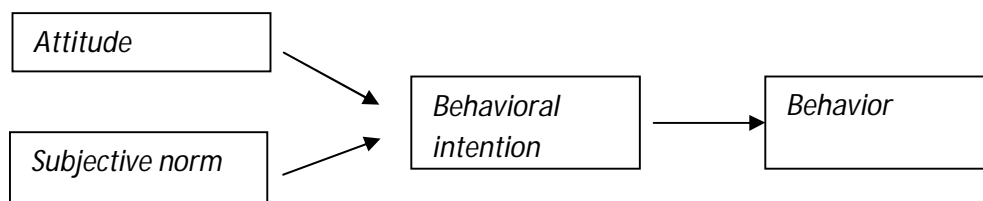
Teori ini dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Model ini menggunakan tiga komponen, yaitu minat berperilaku (*behavioral intention*), sikap (*attitude*), dan norma subjektif (*subjective norm*) yang mempengaruhi perilaku (*behavior*) (Tsung-Lu.dkk., 2010).

Minat berperilaku (*behavioral intention*) mengukur kekuatan tujuan untuk melakukan tindakan tertentu (Tsung-Lu dkk.,2010). Minat dan perilaku adalah dua hal yang berbeda. Minat (*intention*) adalah keinginan untuk melakukan perilaku, sedangkan perilaku (*behavior*) adalah tindakan nyata yang dilakukan.

Sikap (*attitude*) adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang ditentukan (Jogiyanto, 2007). Sikap adalah sesuatu suatu hal yang mengarah pada respon seseorang dalam menanggapi sesuatu hal di luar dirinya sendiri. Ada tiga komponen dalam sikap, yaitu nalar (*cognition*), pengaruh (*affect*), dan perilaku (*behavior*).

Norma Subjektif (*Subjective norm*) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Jogiyanto, 2007). Norma subjektif tergantung pada persepsi orang lain yang nantinya akan dapat mempengaruhi minat berperilaku seseorang.

**Gambar 2.2.**  
***Theory of Reasoned Action (TRA) Model***



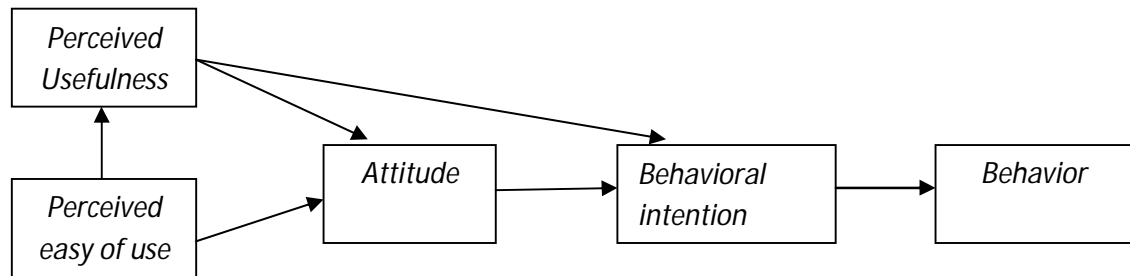
Sumber : Tsung-Lu *et al.*,(2010).

### **2.1.3 *Technology Acceptance Model (TAM)***

*Theory of Acceptance Model (TAM)* pertama kali dikembangkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989. Teori ini merupakan pengembangan dari TRA yang dikembangkan khusus untuk pemodelan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. TAM bertujuan untuk memberikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. Dalam hal ini dua keyakinan individual yang diasumsikan oleh TAM, yaitu persepsi kegunaan atau *Perceived Usefulness (PU)* dan persepsi kemudahan penggunaan atau *Perceived Easy of Use (PEOU)*.

*Technology Acceptance Model (TAM)* adalah suatu model untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan pengguna. Menurut Kirana (2010), kemudahan menggunakan suatu teknologi dan kegunaan dari suatu teknologi pada akhirnya akan mempengaruhi minat untuk menggunakannya yang selanjutnya akan membentuk suatu nilai. Dua variabel ini dikaitkan dengan perilaku dan kemauan untuk menggunakan sistem informasi atau teknologi baru. Persepsi kegunaan adalah persepsi yang dimiliki oleh individu dalam mengembangkan performa kinerjanya dengan menggunakan sistem informasi dan teknologi, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan bagaimana individu mempelajari penggunaan sistem informasi atau teknologi baru (Gefen dkk, 2003).

**Gambar 2.3**  
**Theory of Acceptance Model (TAM)**



Sumber : Jogyanto (2007)

#### 2.1.4 Consumer Acceptance Technology (CAT)

*Consumer Acceptance Technology* (CAT) merupakan suatu teori dalam berperilaku yang menghubungkan nalar manusia dan juga *affect*. Dalam hal ini nalar dan *affect* dapat berjalan seiringan dan mempengaruhi perilaku penggunaan suatu teknologi. Teori CAT dikembangkan oleh Kulviwat (2007). CAT meningkatkan prediksi minat untuk mengadopsi produk teknologi tinggi dengan mengintegrasikan pengaruh konstruksi dan membangun kognitif tambahan ke model TAM. Model CAT menambahkan persepsi keunggulan relatif, persepsi kesenangan, dan persepsi keinginan.

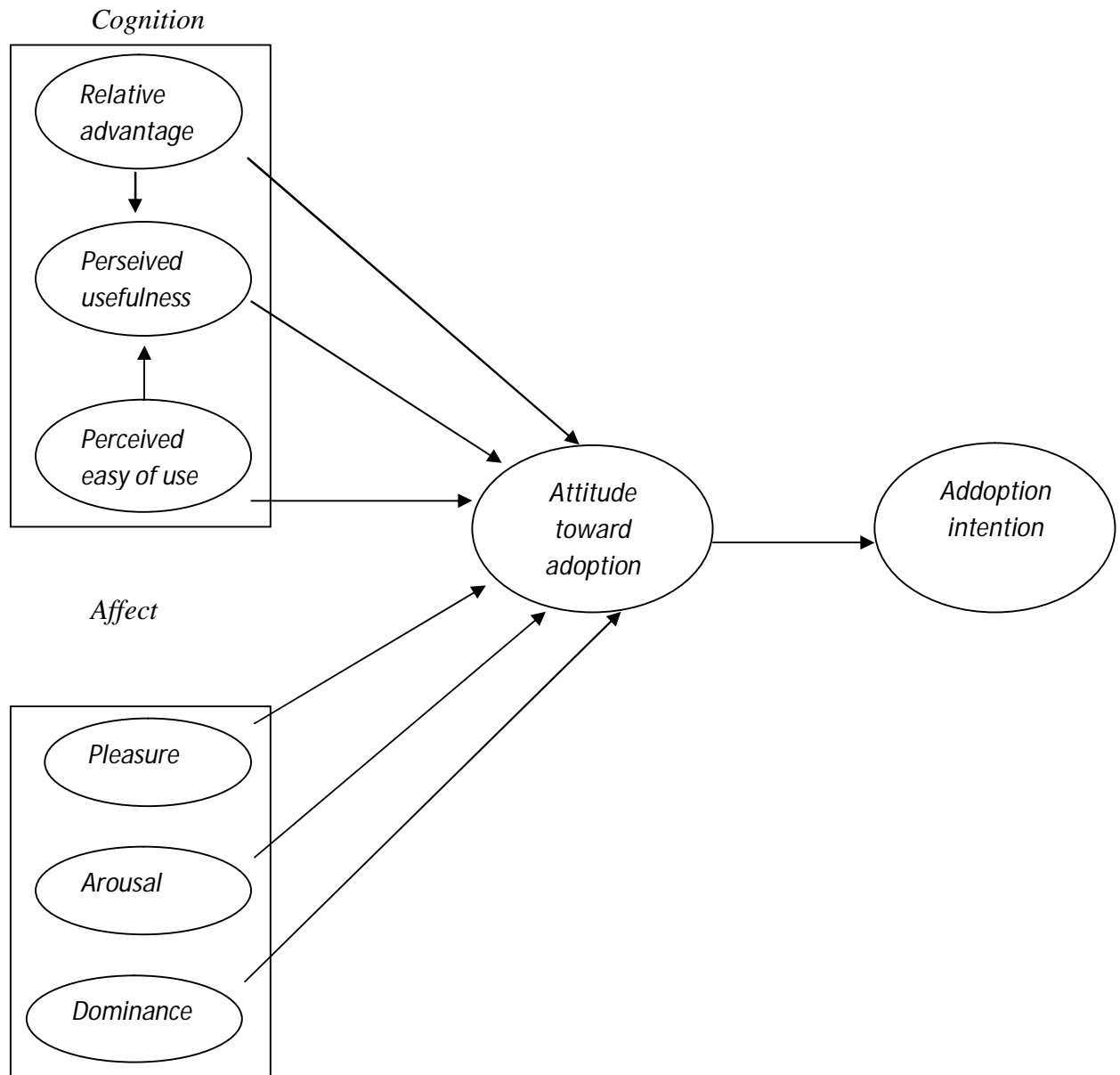
Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkat persepsi atau keyakinan seseorang akan kegunaan suatu teknologi yang akan meningkatkan produktivitas atau kinerja dari orang tersebut. Dalam hal penggunaan suatu teknologi, hal ini berkaitan dengan keuntungan yang dirasakan oleh seseorang setelah menggunakan teknologi tersebut. Sebuah badan besar penelitian TAM telah menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan adalah penentu kuat penerimaan pengguna, adopsi, dan penggunaan perilaku (Kulviwat,dkk.2007). Menurut Kulviwat (2007), tingkat kegunaan dari suatu teknologi menjadi faktor yang lebih

penting daripada persepsi kemudahan pengguna dalam mempengaruhi penggunaan suatu teknologi.

Individu lebih cenderung untuk menggunakan suatu teknologi bila teknologi tersebut dinilai memiliki keunggulan relatif yang lebih besar daripada teknologi lain (Kulviwat dkk,2007). Dalam hal kesenangan, para sarjana pemasaran berpendapat bahwa perasaan senang saat menggunakan suatu teknologi merupakan salah satu hal yang penting untuk menggunakan teknologi tersebut secara terus menerus. Selain dua hal tersebut, keinginan yang muncul dari dalam diri seseorang juga merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi penggunaan suatu teknologi.



**Gambar 2.4**  
*Consumer Acceptance Technology (CAT) Model*



Sumber : Kulviwat, dkk. (2007)

### 2.1.5 E-SPT

Aplikasi Pajak adalah suatu sarana yang dapat menunjang pelayanan yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk memudahkan wajib pajak dalam menyelesaikan segala proses perpajakan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi internet. Aplikasi Pajak yang disediakan tersebut meliputi *e-registration*, *e-filing* dan e-SPT. Dalam hal ini, wajib pajak dapat mengakses seluruh aplikasi pajak tersebut melalui website resmi Dirjen Pajak ([www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id))

Salah satu aplikasi pajak yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak yang dapat digunakan oleh wajib pajak baik wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan adalah elektronik SPT (e-SPT). E-SPT adalah aplikasi yang disediakan oleh Dirjen Pajak yang dapat digunakan oleh wajib pajak untuk memudahkan penyampaian dan pelaporan SPT. Penerapan E-SPT diawali dengan dikeluarkannya Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-88/PJ./2004 tanggal 14 Mei 2004 (BN No.7069 hal. 4B) tentang Penyampaian Surat Pemberitahuan (e-SPT) secara elektronik. Dalam hal penggunaan, E-SPT mengharuskan wajib pajak untuk *download software*nya dari *website* Direktorat Jenderal Pajak lalu *install*nya di komputer yang digunakan untuk menghitung pajak. Dengan sistem ini, penyampaian SPT dapat dilakukan dengan menggunakan bentuk media CD atau disket serta dapat disimpan pada *hardisk* komputer, sehingga lebih ringkas dan mudah dalam penyimpanan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini akan dipaparkan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi pajak. Beberapa penelitian sebelumnya lebih berfokus pada penggunaan suatu teknologi dengan menggunakan integrasi pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian yang dilakukan Fu *et al.* (2009) dan Tsung-Lu *et al.* (2010) mengintegrasikan TPB dan TAM dalam penggunaan *tax filling*. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Fu *et al.*(2009) adalah bahwa wajib pajak cenderung untuk berkonsentrasi pada kegunaan metode *electronic tax filing* dan dapat cukup pragmatis dalam mengembangkan sikap umum terhadap menggunakan metode tersebut. Terdapat perbedaan persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan efikasi diri pada niat perilaku dalam pelaporan pajak manual dan elektronik. Sementara itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Tsung-Lu *et al.* (2010) menunjukkan bahwa perilaku penggunaan *online tax filing* dipengaruhi oleh faktor kontrol perilaku, sikap dan norma subjektif dari wajib pajak, sedangkan norma sosial dan moral, ekuitas pajak menjadi salah satu prediktor penting terhadap penggunaan *e-filing*. Penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap wajib pajak dalam menggunakan *e-filing*.

Penelitian Kulviwat,dkk.(2007) mengintegrasikan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *Pleasure, Arousal, and Dominance* (PAD) menjadi suatu model *Consumer Acceptance Technology* (CAT). Penelitian terdahulu ini dilakukan kepada mahasiswa dengan rata-rata usia 22 tahun khususnya 260

mahasiswa di Midwestern University yang menggunakan PDA. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa seseorang menggunakan suatu teknologi tidak hanya berdasarkan nalar tetapi juga mempertimbangkan *affect* yang merupakan perasaan dan teori konsumen.

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan teori yang digunakan, alat analisis, objek, variabel penelitian, dan hasil penelitian yang digunakan dalam penelitian mengenai aplikasi pajak. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk membuktikan hasil yang diberikan oleh peneliti terdahulu dan mengintegrasikan *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan *Pleasure, Arousal, Dominance (PAD)* yang tergabung menjadi *Consumer Acceptance Technology (CAT)* untuk mengetahui tingkat penggunaan E-SPT oleh wajib pajak badan.

### 2.2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini akan ditampilkan ringkasan penelitian terdahulu yang ditunjukkan melalui tabel yang terdiri dari nama peneliti, variabel penelitian, alat analisis, dan hasil penelitian.

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Alat analisis	Hasil Penelitian
1.	Kulviwat, dkk (2007)	<u>Variabel Independen</u> Persepsi keunggulan relatif, kegunaan, minat berperilaku, kemudahan penggunaan, kesenangan, keinginan, dominasi. <u>Variabel Dependen</u> Sikap untuk menerima inovasi	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	- Minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh nalar dan <i>affect</i> yang dimiliki oleh orang tersebut.

2..	Fu <i>et al.</i> (2009)	<u>Variabel Independen</u> Persepsi kegunaan, minat berperilaku, persepsi kemudahan, penggunaan, norma subyektif <u>Variabel Dependen</u> Minat berperilaku dalam penggunaan electronic tax filling	<i>Structural Equation Model</i> (SEM)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembayar pajak dipengaruhi oleh kegunaan dari metode pengisian pajak</li> <li>- Pembayar pajak secara pragmatis menggabungkan sikap terhadap penggunaan <i>electronic tax filling</i>.</li> </ul>
3.	Tung lu, dkk.(2010)	<u>Variabel Independen</u> Sikap, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, penggunaan, ekuitas pajak, norma social, dan norma moral <u>Variabel Dependen</u> Minat penggunaan, penggunaan <i>online tax filling</i> , perilaku penggunaan <i>online tax filling</i>	<i>Structural Equation Model</i> (SEM)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sikap menjadi faktor utama yang mempengaruhi penggunaan online tax filling.</li> <li>- Sikap dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, ekuitas pajak, norma moral, norma sosial.</li> </ul>

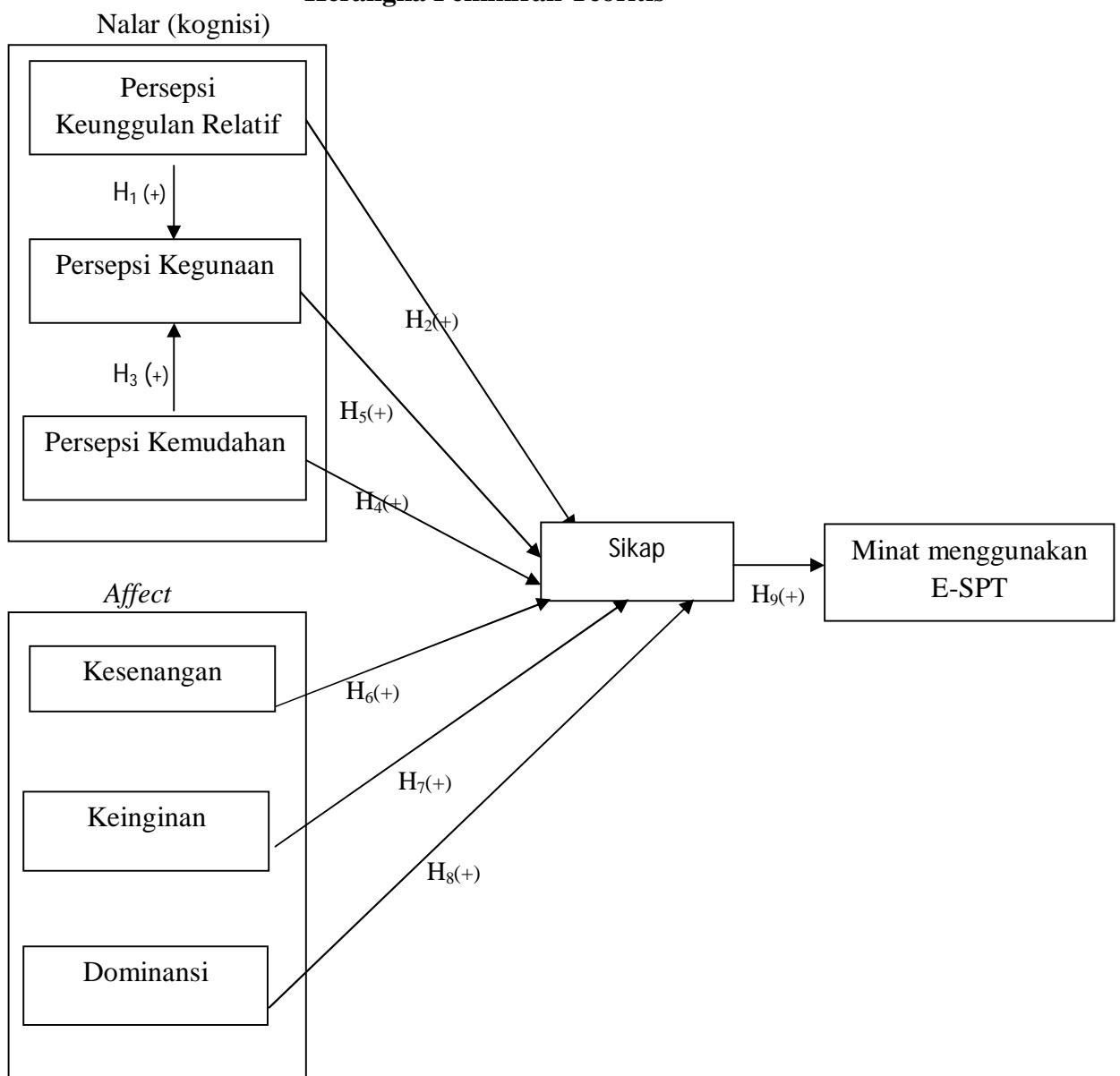
### 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi atas penelitian yang dilakukan oleh Kulviwat (2007) yang mengintegrasikan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan *Pleasure, Arousal, and Dominance* (PAD) menjadi suatu model *Consumer Acceptance Technology* (CAT). Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini adalah tentang analisis perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi pajak yaitu E-SPT. Gambar 2.5 menyajikan kerangka pemikiran teoritis untuk pengembangan hipotesis pada penelitian ini.

Pengukuran variabel pada penelitian ini dilakukan secara bertingkat. Terdapat dua tingkatan dalam pemodelan konstruk. Pada pengukuran tingkat pertama (*first order*) persepsi keunggulan relatif, persepsi kegunaan, persepsi

kemudahan, persepsi kesenangan, keinginan, dan dominasi menjadi variabel eksogen. Sedangkan sikap menjadi variabel endogen. Kemudian pada tingkat pengukuran kedua (*second order*) variabel sikap menjadi variabel eksogen, sedangkan minat menggunakan E-SPT menjadi variabel endogen.

**Gambar 2.5**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



## **2.4 Hipotesis**

Pada bagian ini akan dijelaskan hipotesis-hipotesis penelitian yang disertai dasar argumentasi yang mendasari penentuan hipotesis. Terdapat sembilan hipotesis pada penelitian ini yang dipaparkan sebagai berikut.

### **2.4.1 Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif terhadap Persepsi Kegunaan dan Sikap Wajib Pajak**

Seseorang akan cenderung untuk menggunakan suatu inovasi bila dirasakan memiliki keunggulan relatif yang lebih besar dari pada suatu teknologi lain. Menurut Rogers (2003), keunggulan relatif berarti bahwa inovasi tersebut diyakini oleh orang yang menggunakannya memiliki keunggulan dibandingkan inovasi lain yang sejenis. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Plouffe,dkk.(2001) didapatkan bahwa keunggulan relatif merupakan prediktor model yang paling kuat dalam mempengaruhi minat untuk menggunakan suatu.

Dalam pengaturan organisasi, karyawan seringkali tidak memiliki kebebasan untuk membandingkan inovasi teknologi dan memilih mana yang ingin digunakan. Melainkan orang lain dalam organisasi yang membuat keputusan untuk menggunakan suatu inovasi tertentu dan karyawan diharapkan untuk menggunakannya. Seseorang akan memilih suatu inovasi yang memiliki keunggulan atau keuntungan dibanding yang lain (Kulwiwat,2007). Suatu teknologi pasti memiliki nilai kegunaan dan keunggulan dibandingkan teknologi lain yang akan berpengaruh pada penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi. Oleh karena itu, hipotesis yang dapat diambil :

**H<sub>1</sub> : Persepsi keunggulan relatif berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.**

**H<sub>2</sub> : Persepsi keunggulan relatif berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.**

#### **2.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi Kegunaan dan Sikap Wajib Pajak**

Dalam TAM, persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan menjadi sederhana (Kulviwat,dkk.,2007). Ini adalah membangun terikat individu penilaian usaha yang terlibat dalam belajar dan menggunakan teknologi. Persepsi kemudahan dapat berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap menggunakan suatu teknologi.

Kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi membuat teknologi tersebut diterima dan digunakan terus menerus. Pada kondisi dimana wajib pajak dapat mempelajari dan menggunakan aplikasi pajak dengan cepat, efektif dan efisien, wajib pajak akan merasa memperoleh nilai kegunaan dari aplikasi pajak. Penelitian Novarina (2005) yang menyatakan bahwa sistem *e-filing* terbukti cepat, akurat, efisien dan efektif bagi wajib pajak karena wajib pajak dapat langsung menyampaikan Surat Pemberitahuannya secara *on-line* tanpa harus ke Kantor Pelayanan Pajak dan akan menerima konfirmasi laporan yang telah disampaikan, langsung pada saat laporan tersebut diterima (*real time*). Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang dapat diambil adalah :



**H<sub>3</sub> : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.**

**H<sub>4</sub> : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.**

### **2.4.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Wajib Pajak**

Persepsi Kegunaan berkaitan dengan nilai manfaat yang akan diperoleh oleh pengguna dalam menggunakan suatu sistem (Ajzen, 1985). Suatu teknologi akan merubah produktivitas seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Begitu pula dalam penggunaan teknologi aplikasi pajak juga dipengaruhi oleh persepsi kegunaan aplikasi pajak bagi para wajib pajak pribadi.

Kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana orang percaya bahwa teknologi akan meningkatkan produktivitas kinerja. Dalam konteks konsumen, kegunaan adalah kemungkinan yang dirasakan bahwa teknologi akan menguntungkan orang dalam kinerja beberapa tugas. Hal ini terutama berkaitan dengan persepsi dari hasil fungsional sebagai konsekuensi dari penggunaan teknologi. Sebuah badan besar penelitian TAM telah menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan oleh pengguna adalah penentu kuat penerimaan pengguna, adopsi, dan penggunaan perilaku (Kulviwat, dkk. 2007). Bahkan, dirasakan kegunaan telah ditemukan menjadi faktor yang paling penting dalam penerimaan teknologi di tempat kerja, bahkan lebih penting daripada persepsi kemudahan penggunaan. Dalam konteks konsumen, hubungan positif yang signifikan telah ditemukan antara manfaat yang dirasakan dari layanan internet baru dan sikap terhadap layanan ini (Childers *et al*, 2001; Gentry & Calantone, 2002). Demikian pula,

kegunaan yang dirasakan telah ditemukan memiliki positif berdampak pada sikap terhadap penggunaan produk mobile Internet (Bruner & Kumar, 2005; Lee, Kim, & Chung, 2003). Dengan demikian, berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

**H<sub>5</sub> : Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.**

#### **2.4.4 Pengaruh Kesenangan terhadap Sikap Wajib Pajak**

Kesenangan seseorang akan suatu teknologi berpengaruh langsung dan kuat terhadap penggunaan teknologi tersebut (Kulwiwat, 2007). Begitu pula dengan penggunaan E-SPT, apabila seseorang senang menggunakan E-SPT maka dia akan menggunakan E-SPT secara berkesinambungan. Oleh karena itu, hipotesis yang dapat diambil :

**H<sub>6</sub> : Kesenangan berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.**

#### **2.4.5 Pengaruh Keinginan terhadap Sikap Wajib Pajak**

Penelitian telah menunjukkan bahwa keinginan dapat mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap dalam konteks pemasaran. Dalam konteks adopsi teknologi, Lee, Suh, dan Wang (2003) menemukan bahwa keinginan memiliki pengaruh positif pada sikap terhadap penggunaan pusat perbelanjaan internet.

Keinginan karena terdoda akan suatu teknologi berpengaruh pada perilaku dan sikap market. Dalam hal ini ada hubungan positif antara perasaan *shopper* yang terdoda di tempat belanja dengan sikap berbelanja (Kulwiwat, 2007). Berdasarkan hal tersebut maka hipotesisnya :

**H<sub>7</sub> : Keinginan berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.**

#### **2.4.6 Pengaruh Dominansi terhadap Sikap Wajib Pajak**

Perasaan yang berhubungan dengan berada di kendali adalah aspek utama dari dominansi. Dominansi suatu teknologi dapat berpengaruh terhadap penggunaan teknologi tersebut. Seseorang yang menggunakan suatu teknologi, seperti aplikasi pajak akan merasa mengontrol padahal sebenarnya dominansi aplikasi pajak tersebut yang mengontrol penggunaan aplikasi pajak. Dominansi suatu teknologi bertentangan dengan takluk (Kulviwat.2007). Takluk dapat menyebabkan frustrasi, bingung, khawatir, sedangkan dominasi tidak menyebabkan frustrasi, bingung, khawatir. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesisnya:

**H<sub>8</sub> : Dominansi berpengaruh positif terhadap sikap wajib pajak.**

#### **2.4.7 Pengaruh Sikap Wajib Pajak terhadap Minat Menggunakan E-SPT**

Dalam hal ini minat berpengaruh pada *attitude*. *Attitude* merupakan gabungan antara PAD dan TAM menjadi CAT. Menurut Arfan Ikhsan (2005:46). Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Dalam hal ini, seseorang yang mendukung atas suatu objek sikap akan memiliki kecenderungan bertindak untuk melakukan tindakan terhadap objek sikap. Seorang wajib pajak yang mendukung (bersikap positif) terhadap tindakan kepatuhan pajak akan memiliki kecenderungan untuk melakukan tindakan kepatuhan pajak. Begitu pula sebaliknya, seorang wajib pajak yang tidak

mendukung (bersikap negatif) terhadap tindak kepatuhan pajak akan memiliki kecenderungan untuk tidak melakukan tindakan patuh pajak.

Minat merupakan fungsi dari dua terminan dasar yaitu sikap individu terhadap perilaku (merupakan aspek personal) dan kedua adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang bersangkutan yang disebut dengan norma subjektif (Mustikasari, 2007). Jadi, minat adalah kecenderungan untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Minat untuk mematuhi pajak seperti yang dilakukan oleh wajib pajak merupakan kecenderungan yang akan mendorong wajib pajak pada suatu keputusan untuk melakukan suatu tindakan yang mendukung tindakan wajib pajak atau sebaliknya, dan hal tersebut dipengaruhi oleh moral, norma subjektif, dan kontrol perilaku.

Apabila seseorang wajib pajak memiliki persepsi bahwa tindakan membayar pajak akan memberikan banyak keuntungan, maka dia akan berniat positif terhadap kewajiban membayar pajak. Dengan demikian, wajib pajak akan menghindari tindakan tidak membayar pajak. Sebaliknya, apabila seorang wajib pajak memiliki persepsi bahwa tindakan membayar pajak akan memberikan banyak kerugian, maka dia akan berniat negatif terhadap kewajiban membayar pajak. Dengan demikian, wajib pajak akan melakukan tindakan menghindari membayar pajak. Oleh karena itu, hipotesis yang diambil :

**H<sub>9</sub> : Sikap wajib pajak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-SPT.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini akan dideskripsikan tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional. Oleh karena itu, pada bagian ini akan diuraikan hal-hal seperti jenis penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan teknik pengambilan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan tergolong penelitian deskriptif. Hal ini demikian karena penelitian ini memerlukan pengujian secara statistik dan dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu maupun lebih dari satu variabel tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel yang satu dengan yang lainnya. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indriantono dan Supomo, 2002).

#### **3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

Variabel-variabel pada penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dikembangkan oleh Davis (1989), yaitu *Pleasure, Arousal, Dominance (PAD)* dan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang berkembang menjadi suatu model *Consumer Acceptance Technology (CAT)*. Berikut ini adalah penjelasan masing-masing variabel.

### **3.2.1 Persepsi Keunggulan Relatif**

Pemilihan untuk menggunakan suatu teknologi dikarenakan teknologi tersebut memiliki keunggulan atau kelebihan dibanding yang lain. Menurut Rogers (2003), keunggulan relatif berarti bahwa inovasi tersebut diyakini oleh orang yang menggunakannya memiliki keunggulan dibandingkan inovasi lain yang sejenis. Dalam hal ini, penggunaan E-SPT memiliki keunggulan dalam kemudahan penggunaan, kemudahan mempelajari, penghematan waktu, dan tenaga. Aplikasi pajak khususnya E-SPT mempunyai keunggulan dibandingkan dengan pengisian SPT secara manual.

Pada penelitian ini, persepsi keunggulan relatif merupakan variabel eksogen yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara persepsi keunggulan relatif terhadap sikap. Variabel ini juga merupakan variabel eksogen untuk mengetahui pengaruh persepsi keunggulan relatif terhadap sikap wajib pajak. Pengukuran variabel persepsi keunggulan relatif menggunakan 4 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat *et al.* (2007) dengan penyesuaian. Dalam penelitian ini, variabel persepsi keunggulan relatif diukur dengan skala likert 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

### **3.2.2 Persepsi Kegunaan**

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai suatu ukuran manfaat yang akan diterima oleh seseorang dengan menggunakan suatu teknologi. Persepsi kegunaan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Sebuah badan

besar penelitian TAM telah menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan oleh pengguna adalah penentu kuat penerimaan pengguna, adopsi, dan penggunaan perilaku (Kulviwat,dkk.2007). Persepsi kegunaan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai kegunaan E-SPT dalam pelaporan dan penyampaian pajak. Dalam penelitian ini, persepsi kegunaan merupakan variabel eksogen yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kegunaan terhadap sikap. Variabel ini juga merupakan variabel endogen untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan dan persepsi keunggulan relatif terhadap persepsi kegunaan. Pengukuran variabel persepsi kegunaan menggunakan 5 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat *et al.* (2007) dengan penyesuaian. Dalam penelitian ini, variabel kegunaan diukur dengan skala likert 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

### **3.2.3 Persepsi Kemudahan**

Persepsi kemudahan merupakan suatu tingkatan kepercayaan seseorang bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa mengalami kesulitan. Menurut Kulviwat (2007), persepsi kemudahan didefinisikan sebagai suatu tingkatan dalam penggunaan teknologi tanpa harus dilakukan secara khusus dan dapat dengan mudah dipahami. Persepsi kemudahan penggunaan ini dapat dilihat dari kemudahan mempelajari suatu aplikasi pajak, yaitu kemudahan dalam mengisikan SPT. Dalam kondisi normal jika wajib pajak merasa E-SPT mudah digunakan maka dia akan menggunakan, tetapi bila dia merasa hal tersebut sulit digunakan maka orang tersebut akan berpikir lebih baik tidak digunakan.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan variabel eksogen yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dengan sikap wajib pajak. Pengukuran variabel ini menggunakan 5 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat *et al.* (2007) dengan penyesuaian. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

#### **3.2.4 Kesenangan Penggunaan**

Kesenangan adalah saat individu merasakan baik, penuh kegembiraan, bahagia, atau puas dalam suatu situasi. Persepsi Kesenangan dapat diukur dengan penilaian reaksi lisan ke lingkungan, seperti bahagia sebagai lawan sedih, menyenangkan sebagai lawan tidak menyenangkan, puas sebagai lawan tidak puas, penuh harapan sebagai lawan berputus asa, dan santai sebagai lawan bosan (Semuel, 2005).

Variabel kesenangan penggunaan merupakan variabel eksogen untuk mengetahui pengaruh kesenangan terhadap sikap wajib pajak. Pengukuran variabel ini menggunakan 5 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat *et al.* (2007) dengan penyesuaian. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert*, dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

#### **3.2.5 Keinginan Penggunaan**

Keinginan penggunaan suatu teknologi dapat ditunjukkan dengan perasaan bersemangat atau terpacu yang dimiliki oleh seseorang yang merasa puas dalam



suatu situasi tertentu. Keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi tertentu mengacu pada tingkat dimana seseorang merasakan siaga, digairahkan, atau situasi aktif.

Variabel keinginan untuk menggunakan E-SPT merupakan variabel eksogen yang digunakan untuk mengetahui pengaruh keinginan untuk menggunakan E-SPT terhadap sikap wajib pajak untuk menggunakan E-SPT tersebut. Pengukuran variabel ini menggunakan 3 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat *et al.* (2007) dengan penyesuaian. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert, dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

### **3.2.6 Dominansi**

Dominansi berhubungan dengan perasaan mendominasi seseorang yang ditandai dengan laporan responden yang merasa dikendalikan sebagai lawan mengendalikan, terkendali sebagai lawan diawasi, penting sebagai lawan dikagumi, dominan sebagai lawan bersikap tunduk, dan otonomi sebagai lawan dipandu (Semuel, 2005). Dominansi suatu teknologi dapat berpengaruh terhadap penggunaan teknologi tersebut.

Variabel dominansi merupakan variabel eksogen untuk mengukur pengaruh dominansi terhadap sikap wajib pajak. Pengukuran variabel ini menggunakan 4 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat *et al.* (2007) dengan penyesuaian. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert, dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

### 3.2.7 Sikap

Sikap adalah evaluasi kepercayaan (*belief*) atau perasaan positif atau negatif dari individu ketika melakukan suatu perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007). Fishbein dan Ajzen (1975) mendefinisikan sikap (*attitude*) sebagai jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan individu untuk menerima atau menolak suatu obyek atau perilaku, dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluatif yang dapat berlawanan. Dengan demikian sikap individu terhadap teknologi informasi menunjukkan seberapa jauh orang tersebut merasakan bahwa sistem informasi tersebut baik atau jelek. Sikap yang dapat timbul adalah positif atau negatif. Dalam penelitian ini, variabel ini adalah variabel eksogen untuk mengetahui pengaruh sikap wajib pajak terhadap minat untuk menggunakan E-SPT. Selain itu, variabel ini juga berfungsi sebagai variabel endogen untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi keunggulan relatif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kesenangan menggunakan, keinginan, dan dominansi. Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 pertanyaan indikator yang diadopsi dari penelitian Kulviwat(2007) dengan penyesuaian. Skala pengukuran yang digunakan skala *likert*, dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

### 3.2.8 Minat Menggunakan E-SPT

Minat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku (Jogiyanto, 2007). Minat erat kaitannya dengan motivasi, yaitu dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Minat yang baik akan mendorong timbulnya

motivasi untuk berbuat baik. Perbuatan atau tindakan baik akan memberikan hasil yang baik pula. Jika ini terus diulang-ulang dan terinternalisasi dalam diri seseorang, maka akan terciptalah pribadi dengan perilaku yang baik, begitu pula sebaliknya (Toto Suharto, 2008). Dalam konteks E-SPT, minat adalah kehendak wajib pajak untuk menggunakan E-SPT dalam melaporkan pajak.

Pada penelitian ini minat untuk menggunakan E-SPT merupakan variabel endogen untuk mengukur pengaruh variabel sikap wajib pajak terhadap minat untuk menggunakan E-SPT. Variabel ini diukur dengan 3 item pernyataan dengan menggunakan skala likert, dengan jumlah skor antara 1 sampai dengan 5 (menyatakan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju).

### 3.2.9 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini akan dijelaskan definisi operasional variabel yang terdiri dari variabel, dimensi, indikator dan skala pengukuran. Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan definisi operasional variabel.

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Persepsi keunggulan relatif ( $x_1$ )	Teori CAT	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fungsi yang baik dalam penyampaian SPT.</li> <li>2. Fitur E-SPT lengkap</li> <li>3. Petunjuk pengisian E-SPT lengkap.</li> <li>4. Meningkatkan fleksibilitas pengisian SPT.</li> </ol>	Skala Ordinal Diukur dengan skala likert 5 poin
2.	Persepsi kegunaan ( $x_2$ )	Teori TAM	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan produktivitas penyampaian pajak.</li> <li>2. Meningkatkan efektivitas penyampaian pajak</li> <li>3. Penting dalam menunjang pekerjaan.</li> </ol>	Skala Ordinal Diukur dengan skala likert 5 poin

			<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Menghemat waktu penyampaian pajak.</li> <li>5. Sangat berguna keseluruhan</li> </ol>	
3.	Persepsi kemudahan ( $x_3$ )	Teori TAM	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah digunakan</li> <li>2. Memudahkan dalam penyampaian pajak</li> <li>3. Mudah dipelajari</li> <li>4. Dapat belajar menggunakan dengan cepat</li> <li>5. Penggunaan mudah diingat.</li> </ol>	Skala Ordinal Diukur dengan skala likert 5 poin
4.	Kesenangan penggunaan( $x_4$ )	Teori PAD Teori CAT	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merasa senang dengan penggunaan E-SPT.</li> <li>2. Puas menggunakan.</li> <li>3. Puas dengan timbal balik dari pembayaran pajak.</li> <li>4. Puas karena menunjang pekerjaan.</li> <li>5. Tidak bosan menggunakan.</li> </ol>	Skala Ordinal Diukur dengan skala likert 5 poin
5.	Keinginan menggunakan( $x_5$ )	Teori PAD Teori CAT	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keinginan dari dalam diri sendiri.</li> <li>2. Prioritas utama dalam penyampaian pajak.</li> <li>3. Merekomendasikan kepada keluarga dan rekan yang termasuk wajib pajak.</li> </ol>	Skala Ordinal Diukur dengan skala likert 5 poin
6.	Dominansi ( $x_6$ )	Teori PAD	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyampaian pajak dalam control E-SPT</li> <li>2. Mengontrol penggunaan.</li> <li>3. Mendominasi dalam penggunaan</li> <li>4. Berpengaruh dalam penyampaian pajak</li> </ol>	Skala Ordinal Diukur dengan skala likert 5 poin
7.	Sikap ( $x_7$ )	Teori CAT	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelaporan pajak menggunakan internet.</li> <li>2. Menggunakan untuk pelaporan pajak tahun ini.</li> <li>3. Kelanjutan penggunaan</li> </ol>	Skala Ordinal Diukur dengan skala likert 5 poin
8.	Minat menggunakan E-SPT ( $x_8$ )	Teori CAT	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelanjutan penggunaan</li> <li>2. Prioritas penggunaan</li> <li>3. Rekomendasi penggunaan pada orang lain</li> </ol>	Skala Ordinal Diukur dengan skala likert 5 poin

### **3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa atau hal yang ingin peneliti investigasi (Sekaran 2003:265). 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. Dalam penelitian ini populasi yang akan digunakan, yaitu populasi terhadap wajib pajak badan yang berada di wilayah DKI Jakarta.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Penentuan sampel perusahaan pada penelitian ini dilakukan dengan metode *random sampling*. Penentuan sampel menggunakan metode *random sampling* karena Direktorat Jenderal Pajak tidak bisa memberikan data mengenai perusahaan yang menggunakan maupun tidak menggunakan E-SPT. Oleh karena itu, sampel yang dipakai oleh peneliti adalah wajib pajak badan yang berada di DKI Jakarta yang telah menggunakan E-SPT. Pada penelitian ini wajib pajak badan dipilih sebagai sampel karena pada perusahaan proses perpajakan dilaksanakan oleh staf profesional di bidang pajak maupun oleh akuntan pajak yang telah memahami penggunaan E-SPT.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang merupakan respon tertulis sebagai tanggapan dari kuesioner. Data kualitatif adalah

data penelitian yang bukan angka, yang sifatnya tidak dapat dihitung, berupa informasi atau penjelasan yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan penilaian logis. Berdasarkan sumbernya, sumber data penelitian ini adalah sumber data primer, yaitu data diperoleh secara langsung dari sumber aslinya dan tidak melalui media perantara (Jatmiko, 2006). Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada para wajib pajak badan yang berada di DKI Jakarta yang menggunakan E-SPT.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh fakta mengenai variabel yang diteliti (Azwar, 1997). Pada penelitian ini fakta yang diungkap merupakan fakta aktual yaitu data yang diperoleh dari subjek dengan anggapan bahwa subjeklah yang lebih mengetahui keadaan sebenarnya dan peneliti berasumsi bahwa informasi yang diberikan oleh subjek adalah benar (Azwar, 1997). Selanjutnya untuk mengungkap fakta aktual tersebut peneliti menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus dijawab dan atau daftar isian yang harus diisi oleh responden.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *random sampling*. *Random sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih sampel secara acak oleh peneliti. Metode pengambilan sampel ini dipilih untuk memudahkan pelaksanaan riset dengan alasan bahwa jumlah populasi yang diteliti tidak diketahui secara pasti sehingga terdapat kebebasan untuk memilih sampel yang paling cepat dan efektif.

Jenis pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah pertanyaan tertutup yang kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu sehingga responden tidak diberi kesempatan untuk memberi jawaban lain. Hal ini digunakan untuk memastikan jawaban responden sehingga sesuai dengan tujuan penelitian.

### **3.6 Metode Analisis Data**

Penyelesaian penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara menganalisis suatu permasalahan yang diwujudkan dengan kuantitatif. Dalam penelitian ini, karena data yang digunakan adalah data kualitatif, maka analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian ke dalam bentuk angka-angka dengan menggunakan skala *likert 5 poin (5 point likert scale)*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif, pengujian *outer model*, pengujian *inner model* dan uji hipotesis (*path coefficients*).

#### **3.6.1 Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel yang diteliti. Uji statistik deskriptif mencakup nilai rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maksimum, nilai mean, nilai range, nilai standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Dalam penelitian ini analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai persepsi keunggulan relatif, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kesenangan penggunaan, keinginan menggunakan, dominasi, sikap wajib pajak, minat menggunakan E-SPT.

Dalam menganalisis statistik deskriptif digunakan SPSS. SPSS adalah suatu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows. SPSS yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 16.

### **3.6.2 Partial Least Square (PLS)**

Metode yang digunakan untuk menganalisis uji kualitas data, uji hipotesis, dan uji analisis jalur adalah *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah teknik statistik multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda yang merupakan alternatif dalam metode persamaan struktural. PLS merupakan salah satu metode untuk melaksanakan model *Structural Equation Modelling* (SEM). Model PLS ini digunakan pada saat dasar teori perancangan model lemah dan indikator pengukuran tidak memenuhi model pengukuran yang ideal. PLS dapat digunakan dengan jumlah sampel yang tidak besar dan dapat diterapkan pada semua skala data (Ghozali,2011).

Menurut Ghozali (2011), PLS merupakan metode analisis yang *powerful* karena tidak mengasumsikan data harus dalam skala pengukuran tertentu dan juga mengenai jumlah sampel relatif kecil. Software PLS digunakan pada penelitian ini karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini sedikit, semua variabel merupakan variabel laten, dan terdapat dua model hipotesis bertingkat. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS versi 2.0.

Tujuan PLS untuk memprediksi pengaruh variabel x terhadap y dan menjelaskan hubungan teoritis di antara kedua variabel itu. Oleh karena



pendekatan yang digunakan untuk mengestimasi variabel laten dianggap sebagai kombinasi linear dari indikator, maka hal ini digunakan untuk menghindari masalah *indeterminacy* dan memberikan definisi yang pasti dari komponen skor (Gozali, 2011). Variabel laten adalah variabel yang tidak bisa diukur secara langsung dan memerlukan beberapa indikator (*variabel manifest/variabel observed*) sebagai proksi. Dalam PLS, variabel yang mempengaruhi variabel lainnya disebut dengan variabel eksogen, sedangkan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain disebut variabel endogen. PLS dapat menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif. Penelitian ini menggunakan indikator reflektif karena pada penelitian ini variabel laten mempengaruhi indikatornya.

Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga. Pertama, adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan indikatornya (*loading*). Ketiga, berkaitan dengan *means* dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, PLS menggunakan proses iterasi 3 tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama, menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk *inner model* dan *outer model*, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi *means* dan lokasi (Ghozali, 2011).

### 3.6.3 Model Pengukuran atau *Outer Model*

*Outer model* atau model pengukuran menggambarkan hubungan antara indikator dengan variabel latennya. Dua cara evaluasi *outer model* atau model pengukuran indikator penelitian reflektif, yaitu dengan melakukan evaluasi validitas konstruk dan reliabilitas konstruk. Validitas konstruk adalah suatu bentuk pengujian yang ingin mengetahui korelasi konstruk dengan indikatornya. Dalam hal ini ada dua pengujian yang dilakukan, yaitu :

#### 1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen dari model pengukuran dengan model reflektif indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup (Ghozali, 2011).

#### 2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya.

Metode lain untuk menilai validitas diskriminan adalah membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk

lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar 0,50 (Ghozali, 2011).

Untuk menilai reliabilitas model, dipergunakan *composite reliability* dari suatu konstruk. *Composite reliability* yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2011). Konstruk dinyatakan *reliable* jika memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70 (Ghozali, 2011).

#### **3.6.4 Model Struktural atau *Inner Model***

*Inner model* (*inner relation*, *structural model* dan *substantive theory*) menggambarkan hubungan kausalitas antarvariabel laten yang dibangun berdasarkan pada substansi teori. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali, 2011).

#### **3.6.5 Uji Hipotesis**

Untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan smartPLS perlu dilakukan proses *bootstrapping*. Selanjutnya dilakukan analisis pada tabel *path coefficients* yang merupakan *output* setelah dilakukan proses *bootstrapping*. Pada

tabel *path coefficients* yang perlu dilihat adalah nilai *Original Sample (O)* yang menunjukkan terjadinya hubungan positif atau negatif antar konstruk, dan *t*-statistik yang mengindikasikan signifikansi hubungan antar konstruk. Pengaruh antar variabel dianggap signifikan pada tingkat 5% jika nilai *t-statistic* lebih besar daripada *t*-tabel 1,96 (Ghozali, 2011). Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) =0.05 ditentukan sebagai berikut :

- i. Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- ii. Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### **3.6.6 Pengujian Analisis Jalur (*Path Analysis*)**

Pengujian analisis jalur bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung konstruk laten atau variabel penelitian. Hal ini dapat diketahui dengan melihat koefisien *standardized* yang dihasilkan dari perhitungan *Results for inner weights* pada kolom *original sample estimate*. Bila nilai *original sample estimate* dari suatu pengaruh langsung lebih besar daripada perkalian *original sample estimate* pengaruh tidak langsung, maka suatu variabel tertentu tidak dapat memediasi suatu hubungan antar variabel. Namun bila nilai perkalian *original sample estimate* pada variabel dengan pengaruh tidak langsung lebih besar daripada nilai *original sampel estimate variabel* yang memiliki pengaruh langsung maka hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat menjadi variabel mediasi.