

Vol. 4 No. 1 (2024): Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia



DOI: <https://doi.org/10.32477/jrabi.v4i1>

PUBLISHED: 2024-03-28

ARTICLES

PENGARUH MOTIVASI, KOMPETENSI, DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI KPP PRATAMA BANTUL

Bambang Sadewo, Syeh Assery

1 – 19

PDF

UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN PUBLIK DI DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KOTA MAGELANG

Susilo Susilo, Ary Sutrischastini, Linawati Linawati, Yenny Kurnia Gusti

20 – 36

PDF

UPAYA MENINGKATKAN KOMPETENSI GURU MILITER DAN PELATIH DEPARTEMEN TAKTIK AKADEMI MILITER DI MAGELANG

Darwoyo Darwoyo, Muhammad Awal Satrio Nugroho, Sofiati Sofiati

37 – 58



PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERATING

Studi pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Logam dan Mineral yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021

Andini Putri Alida; Sulastiningsih Sulastiningsih

59 – 69



PENGARUH DAYA TARIK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Studi Kasus Pemandian Air Panas Legok Munggang, Kecamatan Mojotengah, Kabupaten Wonosobo

Heri Arifin, Yunita Fitri Wahyuningtyas

70 – 79



PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR PADA PELAYANAN BUS SAMSAT KELILING DI KOTA YOGYAKARTA

Puthut Rakyat Pamungkas, Uswatun Chasanah

80 – 93



PENGARUH DEBT TO ASSET RATIO (DAR) DAN RETURN ON EQUITY (ROE) TERHADAP RETURN SAHAM DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021

Lisa Amin Nur, Achmad Tjahjono

94 – 113



ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENGGAJIAN DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS PENGENDALIAN INTERN PADA CV. KOPI RANDU

Risvy Irma Dyah Vitaloka, Lilik Ambarwati, Meidi Syaflan

114 – 128



ANALISIS PENGARUH RASIO LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, DAN AKTIVITAS TERHADAP RETURN ON INVESTMENT PADA PERUSAHAAN RETAIL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2013-2019

Rufi Ardian, Khoirunisa Cahya Firdarini

129 – 146

 PDF

PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, MOTIVASI KERJA, TERHADAP KINERJA TENAGA PENGAJAR LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NU DI SMK PEMBANGUNAN KARANGMOJO, KABUPATEN GUNUNGKIDUL, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Rona Agus Setiawan, Muhammad Mathori

147 – 164

 PDF

PENGARUH MOTIVASI KERJA, LINGKUNGAN KERJA DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN CV PRIMA INDAH II BANTUL

Studi Kasus pada Karyawan CV Prima Indah II Bantul

Tri Purwanti, Muhammad Subkhan, Wahyu Purwanto

165 – 177

 PDF

PENGARUH MOTIVASI DAN STRES KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN DENGAN KOMUNIKASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI PT. TABURA GENTRI NUSANTARA

Ramadani Ramadani, Suci Utami Wikaningtyas, Rufaida Setyawati

178 – 189

 PDF

PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. TETIRA INTERNATIONAL CONSULTANTS

Ayudyasiwi Tzalinggar, Arifa Widiyari, Desti Mega Astuti, Novem Gardenia Ninik Primeri, Ninda Putri Zulekha Sapta Agusti, Dila Damayanti

190 – 205

 PDF

ANALISIS KINERJA KEUANGAN DALAM MEMPREDIKSI KEBANGKRUTAN PADA PERUSAHAAN TEXTILE DAN GARMENT DENGAN METODE ALTMAN (Z-SCORE), ZMIJEWSKI (S-SCORE), DAN SPRINGATE (S-SCORE)

Risna Andika, Zulkifli Zulkifli

206 – 226

 PDF

PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PRIMA RAGIL JAYA YOGYAKARTA

Yunan Pamungkas Suandaru Arrum, Muhammad Robi Nurwahyudi

227 – 240

 PDF

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2021

Fify Nesia Nur Izzati, Muda Setia Hamid, Agung Slamet Prasetyo

241 – 265

 PDF

PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN DAN KEMAMPUAN KEUANGAN MASYARAKAT MARGINAL KOTA YOGYAKARTA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

Elis Kurnia, Priyastiwi Priyastiwi, Selamat Riauwanto

266 – 288

 PDF

PENINGKATAN PERAN BIDAN DALAM UPAYA KESEHATAN MASYARAKAT (UKM) PELAYANAN KIA-KB DI PUSKESMAS JUMO KABUPATEN TEMANGGUNG

Susilarini Susilarini, Nur Widiastuti

289 – 311

 PDF

PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Vera Ratnasari, Suhartono Suhartono

312 – 332

 PDF

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR YAMAHA N MAX DI YAMAHA SUMBER BARU MOTOR KATAMSO YOGYAKARTA

Muhamad Yusril, Lukia Zuraida



Make a Submission

INFORMATION

For Readers

For Authors

For Librarians

EDITORIAL POLICIES

Publication Ethic

Editorial Team

Reviewer

Focus and Scope

Author Guidelines

Peer Review Process

Publication Frequency

Publication fee

Plagiarism Checker

Copyright Notice

Open Access Policy

Ethical Statement

Publisher

ARTICLE TEMPLATE



ISSN

eISSN 2808-1617



ACCREDITED SINTA 6

SK Akreditasi Sertifikat

TOOLS

zotero

INDEXING LIST



Support By



VISITORS



Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis

Indonesia

Jl. Lowanu Sorosutan UH VI / 20, Sorosutan,
Kota Yogyakarta, DIY 55162

Email: jrabi@stieww.ac.id

JRABI is licensed under a [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

[Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Platform &
workflow by
OJS / PKP



HOME / Editorial Team

Editorial Team

Editor in Chief:

Dr. Priyastiwi, M.Si., Ak., CA

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia
Profile | Google Scholar | Scopus

Editorial Board:

Dr. Junaidi. S.E., M.Si

Universitas Teknologi Yogyakarta, Indonesia
Profile | Google Scholar | Scopus

Dra. Sulastiningsih, M.Si

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia
Profile | Google Scholar | Scopus

Achmad Tjahjono, S.E., M.M.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia
Profile | Google Scholar | Scopus

Agung Slamet Prasetyo, S.T., M.M.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia
Profile | Google Scholar | Scopus

Dra. Ary Sutrischastini, M.Si

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia
Profile | Google Scholar | Scopus

Publication and Content Editor:

Isty Murdiani, S.E.

Make a Submission

INFORMATION

For Readers

For Authors

For Librarians

EDITORIAL POLICIES

Publication Ethic

Editorial Team

Reviewer

Focus and Scope

Author Guidelines

Peer Review Process

Publication Frequency

Publication fee

Plagiarism Checker

Copyright Notice

Open Access Policy

Ethical Statement

Publisher

ARTICLE TEMPLATE



ISSN

eISSN 2808-1617

ISSN 2808-1617



ACCREDITED SINTA 6

TOOLS

zotero

INDEXING LIST



Support By



VISITORS



**Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis
Indonesia**

Jl. Lowanu Sorosutan UH VI / 20, Sorosutan,
Kota Yogyakarta, DIY 55162

Email: jrabi@stieww.ac.id

JRABI is licensed under a [Creative Commons
Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Platform &
workflow by
OJS / PKP

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR PADA PELAYANAN BUS SAMSAT KELILING DI KOTA YOGYAKARTA

Puthut Rakyan Pamungkas¹, Uswatun Chasanah²

¹²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha
brony.piki@gmail.com¹, uswatun.chasanah31@stieww.ac.id²

ABSTRAK

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P, yaitu produk, harga, tempat dan promosi, sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan seperti orang, proses, dan bukti fisik sehingga dikenal dengan istilah 7P. Bauran pemasaran menjadi alat perencanaan yang tepat bagi instansi publik yang ingin memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan nilai yang sesungguhnya. Instansi publik dapat memanfaatkan pola pikir dan pendekatan pemasaran ke dalam misi, pemecahan masalah yang terjadi dalam pembayaran pajak kendaraan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk meneliti hubungan antara bauran pemasaran terhadap kepatuhan wajib pajak pada pelayanan bus SAMSAT keliling. Penelitian ini merupakan penelitian survei, dimana teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data.. Berdasarkan dari hasil penelitian tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor pada pelayanan bus SAMSAT keliling di kota Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga variabel yang mempengaruhi wajib pajak dalam pembayaran pajak pada bus SAMSAT keliling yaitu harga, lokasi dan lingkungan fisik. Hasil yang diperoleh dari uji ANOVA dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketujuh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dalam pelayanan bus SAMSAT keliling, diharapkan tidak hanya dapat membayar pajak kendaraan satu tahunan tetapi dapat melayani pembayaran pajak lima tahunan sekaligus dilakukan dalam bus SAMSAT keliling agar dapat menambah kepatuhan wajib pajak agar membayar pajak kendaraan bermotor.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Pajak kendaraan bermotor, Kepatuhan Wajib Pajak.

ABSTRACT

The marketing mix is a set of marketing tools known as the 4P, namely product, price, place and promotion, whereas service marketing has several additional marketing tools such as people, processes and physical evidence so that it is known as the 7P. The marketing mix is an appropriate planning tool for public agencies that wish to meet societal needs and deliver true value. Public agencies can take advantage of the mindset and marketing approach to the mission, solving problems that occur in paying vehicle taxes. This research is a quantitative study that aims to examine the

relationship between the marketing mix and taxpayer compliance in mobile SAMSAT bus services. This research is a survey research, where the sampling technique uses a questionnaire as a tool to collect data. Based on the results of research on the effect of the marketing mix on motor vehicle taxpayer compliance on mobile SAMSAT bus services in the city of Yogyakarta, it can be concluded that there are three variables that affect taxpayers in paying taxes on mobile SAMSAT buses, namely price, location and physical environment. The results obtained from the ANOVA test in this study indicate that the seven independent variables simultaneously have a significant effect on taxpayer compliance. In the mobile SAMSAT bus service, it is hoped that it will not only be able to pay a one-year vehicle tax but can serve five-year tax payments at the same time on the mobile SAMSAT bus so that it can increase taxpayer compliance in paying motorized vehicle tax.

Keywords: *Marketing Mix, Motor vehicle tax, Taxpayer Compliance.*

PENDAHULUAN

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*), sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan seperti orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*), sehingga dikenal dengan istilah 7P. Bauran pemasaran menjadi alat perencanaan yang tepat bagi instansi publik yang ingin memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan nilai yang sesungguhnya. Instansi publik dapat memanfaatkan pola pikir dan pendekatan pemasaran ke dalam misi, pemecahan masalah yang terjadi dalam pembayaran pajak kendaraan. Sebagai instansi pemerintah yang bergerak dibidang pengurusan pajak kendaraan bermotor, SAMSAT di Kota Yogyakarta juga menerapkan pelaksanaan konsep pemasaran yang dilaksanakan instansi pemerintah guna mencapai tujuan instansi pemerintah.

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang besar, sehingga digunakan untuk melaksanakan pembangunan bagi seluruh rakyat. Pajak adalah pungutan atau iuran masyarakat kepada negara yang dapat dipaksakan serta tertuang bagi yang wajib membayarnya sesuai peraturan undang-undang (Andriani, 2012). Pembayar pajak tidak memperoleh imbalan langsung yang dapat ditunjuk dan berguna dalam pembiayaan untuk keperluan Negara. Pemungutan

Pajak Daerah dan Retribusi Daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang penting guna membiayai pelaksanaan pemerintahan daerah. Untuk Daerah Istimewa Yogyakarta peraturan tersebut tertuang dalam Perda No. 03 tentang Pajak Daerah (Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta, 2011). Mengacu pada peraturan tersebut maka dikeluarkan peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta nomor 32 tentang Pajak Kendaraan Bermotor yang akan mengatur tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan pajak kendaraan bermotor (Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta, 2014), kemudian dikelola dalam kantor SAMSAT berdasarkan Peraturan

Presiden Republik Indonesia nomor 5 tentang Penyelenggaraan Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Kendaraan Bermotor (Presiden Replubik Indonesia, 2015).

Sejalan dengan perkembangan teknologi, masyarakat menginginkan pelayanan serba instan dan cepat. Hal ini membuat Kantor SAMSAT sebagai instansi pelayanan pajak di Daerah Istimewa Yogyakarta terdorong untuk melakukan perubahan informasi terkait pemungutan pajak yang dulunya manual sekarang berkembang ke sistem online sehingga masyarakat mudah melakukan kewajibannya dimanapun dan kapanpun. Sistem pemungutan pajak kendaraan bermotor agar diefektifkan lagi terutama dalam pelayanan publik seperti yang diinginkan masyarakat, yaitu dengan pelayanan yang lebih mudah, cepat dan transparan. Penyelenggaraan pelayanan SAMSAT Keliling di Kota Yogyakarta bertujuan untuk memberikan pilihan pelayanan kepada masyarakat (wajib pajak), dengan sistem pelayanan yang bersifat mobile (bergerak) dalam pembayaran PKB dan SWDKLLJ serta pengesahan STNK tahunan dari satu tempat ketempat lainnya. Sarana yang dipakai adalah sebuah bus yang ditempatkan di lima titik pelayanan

Berdasarkan pemaparan diatas belum pernah diteliti bauran pemasaran yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak kendaraan bermotor pada pelayanan bus SAMSAT keliling di Kota Yogyakarta.

TELAAH LITERATUR

Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi dalam kajian pemasaran. Bauran pemasaran mempunyai peranan yang cukup penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk (barang atau jasa) yang ditawarkannya, demikian pula untuk keberhasilan suatu pemasaran baik pemasaran barang maupun untuk pemasaran jasa. Dalam bauran pemasaran untuk produk jasa berbeda dengan produk barang. Letak perbedaan terdapat elemen-elemen tambahan didalam bauran pemasaran itu sendiri. Bauran pemasaran dalam produk barang terdiri dari 4P (*product, price, promotion, and place*), didalam jasa dirasa kurang karena karakteristik jasa berbeda dengan barang maka perlu ditambah 3 unsur yaitu *people, process* dan *physical Evidence*. (Kotler, 2018).

Pengertian Pajak Kendaraan Bermotor

Pajak kendaraan bermotor merupakan salah satu pajak daerah provinsi. Sebagai pajak daerah provinsi pada hakikatnya tidak dapat berfungsi bila tidak memiliki objek yang dapat dikenakan pajak. Objek pajak kendaraan bermotor adalah kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor. Sementara itu, kendaraan bermotor pada Undang-Undang No 28 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pasal 1 angka 13 adalah semua kendaraan beroda beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat, dan digerakkan oleh peralatan teknik berupa motor atau peralatan lainnya yang berfungsi untuk mengubah suatu sumber daya energi menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan, termasuk alat-alat berat dan alat-alat besar yang dalam operasinya menggunakan roda dan motor dan tidak melekat secara permanen serta kendaraan bermotor yang dioperasikan di air (Presiden Republik

Indonesia, 2009). Pajak Kendaraan Bermotor adalah pajak yang dipungut atas kepemilikan atau penguasaan Kendaraan Bermotor dan Kendaraan diatas air.

Subjek Pajak Kendaraan Bermotor

Subjek pajak kendaraan bermotor adalah orang pribadi atau badan yang memiliki atau menguasai kendaraan bermotor, tertuang dalam pasal 4 ayat (1) Undang-Undang No 28 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Presiden Republik Indonesia, 2009).

Bus SAMSAT Keliling

Bus SAMSAT Keliling adalah suatu progam dan inovasi dari SAMSAT yang berdasarkan dari Peraturan Pelaksanaan Pelayanan Prima SAMSAT (Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta, 2010), dalam rangka menyamakan persepsi dan tindakan sehingga dalam pelaksanaannya dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Hadirnya bus SAMSAT Keliling agar memberikan pilihan pelayanan kepada masyarakat (Wajib Pajak) dengan sistem pelayanan yang bersifat *mobile* (bergerak) dalam pembayaran PKB dan SWDKLLJ serta pengesahan STNK dari satu tempat ke tempat lainya sesuai dengan jadwal dan lokasinya setiap senin hingga jumat.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan faktor penting bagi peningkatan pajak terutama dalam hal ini adalah pajak kendaraan, maka perlu secara insentif dikaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Perpajakan dapat diartikan bahwa kepatuhan perpajakan merupakan ketaatan, tunduk dan patuh serta melaksanakan ketentuan perpajakan. Kepatuhan merupakan ketaatan seseorang dalam membayar pajak secara tepat waktu dan mampu melengkapi semua data persyaratan yang dibutuhkan (Mahaputri, 2016).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk meneliti hubungan antara bauran pemasaran terhadap kepatuhan wajib pajak pada pelayanan bus SAMSAT keliling. Dalam menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka terdapat teknis analisis yang digunakan dengan regresi sederhana dan regresi berganda terdapat beberapa langkah pengujian berikut ini:

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Uji validitas biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor total. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2007). Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 100 maka r tabel diperoleh melalui *r product moment pearson* dengan df (degree of freedom) = $n-2$, jadi $df = 100-2=98$, dengan taraf signifikansi 5% maka r tabel adalah 0,197. Butir pertanyaan dikatakan valid apabila r hitung > r tabel. Dapat dilihat dari *Corrected Total Item Total Correlation*

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan kuisioner adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ (Ghozali, 2005).

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependent, variabel independent atau kedua-duanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas, dalam penelitian ini menggunakan analisis Kolmogorov-Smirnov Normality Tes. Uji K-S (Hidayat, 2012).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki arti bahwa terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Apabila terjadi sebaliknya varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut homoskedastitas. Metode grafik ini dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Ghozali, 2007).

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika nilai VIF ≤ 10 dan nilai Tolerance $> 0,1$ maka dapat dikatakan bahwa pada model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen (Ghozali, 2011).

Uji Regresi Linier Berganda

Dalam rangka menganalisis pengaruh variabel bebas dengan variabel tergantung agar sesuai dengan tujuan penelitian, maka digunakan pendekatan regresi linear berganda (Sugiyono, 2014). Analisis penelitian ini dapat dirumuskan dan mendapat hasil sebagai berikut :

$$Y=3,386+(-0,162)X_1+0,406X_2+0,316X_3+0,31X_4+0,60X_5+(-0,51)X_6+0,250X_7+e$$

Uji Hipotesis

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 (Ghozali, 2007)

1. Jika nilai t hitung positif
 - a) t-hitung $>$ t-tabel (1,985) maka artinya H0 ditolak dan Ha diterima. (Berpengaruh)
 - b) t-hitung $<$ t tabel (1,985) maka artinya H0 diterima dan Ha ditolak. (Tidak Berpengaruh)
2. Jika nilai hitung negatif

- a) $-t_{hitung} < -t_{table} (-1,985)$ maka artinya H_0 ditolak dan H_a diterima (Berpengaruh)
- b) $-t_{hitung} > -t_{table} (-1,985)$ maka artinya H_0 diterima dan H_a ditolak (Tidak Berpengaruh)

Signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah $< 0,05$.

Uji F – Simultan

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependent (Ghozali, 2011). Tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n-k)$ dan $(k-1)$ (Ferdinand, 2006). Uji F dalam analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dapat mengukur seberapa jauh kemampuan mengenai model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan mengenai variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi beberapa variabel dependen amat terbatas. Nilai yang telah mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas dengan variabel X_1 (Produk), X_2 (Harga), X_3 (Lokasi), X_4 (Promosi), X_5 (Petugas pelayanan), X_6 (Proses pelayanan), X_7 (Lingkungan fisik), dan Y (Kepatuhan wajib pajak) menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} . Maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan pada kuesioner valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari X_1 dinyatakan reliable dikarenakan hasil $0,890 > 0,60$. Nilai *Cronbach's Alpha* X_2 dinyatakan reliable dikarenakan hasil $0,624 > 0,60$. Nilai *Cronbach's Alpha* X_3 dinyatakan reliable dikarenakan hasil $0,904 > 0,60$. Nilai *Cronbach's Alpha* X_4 dinyatakan reliable dikarenakan hasil $0,846 > 0,60$. Nilai *Cronbach's Alpha* X_5 dinyatakan reliable dikarenakan hasil $0,861 > 0,60$. Nilai *Cronbach's Alpha* X_6 dinyatakan reliable dikarenakan hasil $0,780 > 0,60$. Nilai *Cronbach's Alpha* X_7 dinyatakan reliable dikarenakan hasil $0,706 > 0,60$. Nilai *Cronbach's Alpha* Y dinyatakan reliable dikarenakan hasil $0,903 > 0,60$.

Uji Normalitas

**Tabel 1 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35596120
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.044
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

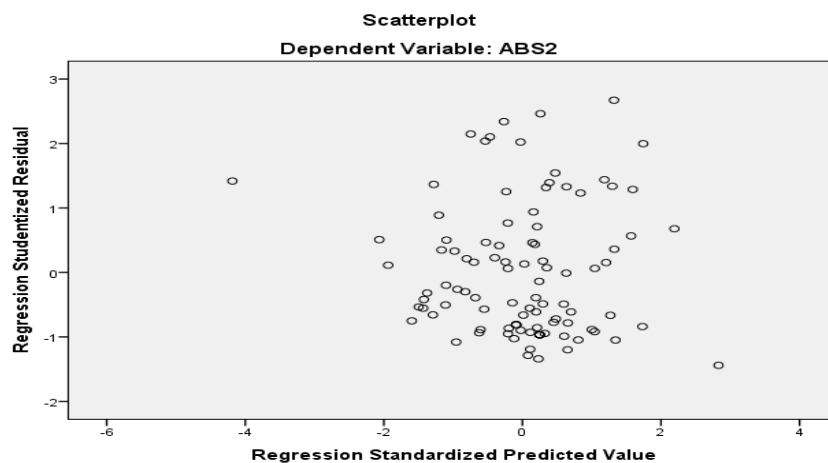
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data SPSS 25 (2023)

Berdasarkan pada tabel hasil uji normalitas, dari 100 sampel yang dilakukan pengujian normalitas, nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov Test (Asymp Sig (2-tailed) menunjukkan nilai 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data SPSS 25 (2023)

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titik tidak terdapat pola dan menyebar diatas dan dibawah titik 0.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,535 > 0,1	1,868 ≤ 10	Tidak terjadi multikolinearitas
X2	0,598 > 0,1	1,672 ≤ 10	Tidak terjadi multikolinearitas
X3	0,376 > 0,1	2,656 ≤ 10	Tidak terjadi multikolinearitas
X4	0,502 > 0,1	1,991 ≤ 10	Tidak terjadi multikolinearitas
X5	0,422 > 0,1	2,368 ≤ 10	Tidak terjadi multikolinearitas
X6	0,437 > 0,1	2,286 ≤ 10	Tidak terjadi multikolinearitas
X7	0,569 > 0,1	1,757 ≤ 10	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF yang didapat ≤ 10 dan nilai Tolerance yang didapat > 0,1.

Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.386	2.061		1.642	.104		
X1	-.162	.078	-.198	-2.059	.042	.535	1.868
X2	.406	.101	.366	4.025	.000	.598	1.672
X3	.316	.095	.382	3.331	.001	.376	2.656
X4	.031	.067	.046	.462	.645	.502	1.991
X5	.060	.104	.062	.573	.568	.422	2.368
X6	-.051	.107	-.051	-.481	.632	.437	2.286
X7	.250	.087	.267	2.859	.005	.569	1.757

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas dapat dirumuskan dan mendapat hasil sebagai berikut :

$$Y=3,386+(-0,162)X1+0,406X2+0,316X3+0,31X4+0,60X5+(-0,51)X6+0,250X7+e$$

Uji Hipotesis

Uji t

**Tabel 4 Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.386	2.061		1.642	.104		
X1	-.162	.078	-.198	-2.059	.042	.535	1.868

X2	.406	.101	.366	4.025	.000	.598	1.672
X3	.316	.095	.382	3.331	.001	.376	2.656
X4	.031	.067	.046	.462	.645	.502	1.991
X5	.060	.104	.062	.573	.568	.422	2.368
X6	-.051	.107	-.051	-.481	.632	.437	2.286
X7	.250	.087	.267	2.859	.005	.569	1.757

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas untuk variabel X1 dengan - t hitung sebesar -2,059 nilainya lebih kecil dari - t table yaitu 1,985. Kemudian untuk uji t statistik pada variabel X1 menghasilkan nilai signifikansi 0,042 dan lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung -2,059 bertanda negatif dapat diartikan bahwa variabel X1 dengan variabel Y berbanding terbalik, Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan X1 (Produk pelayanan) berpengaruh secara partial terhadap Y (Kepatuhan Wajib Pajak) di bus SAMSAT keliling ini **diterima**.

Untuk variabel X2 dengan t hitung sebesar 4,025 yang nilainya lebih besar dari t table yaitu 1,985. Kemudian untuk uji t statistik pada variabel X2 menghasilkan nilai signifikansi 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan X2 (Harga) berpengaruh secara partial terhadap Y (Kepatuhan Wajib Pajak) di bus SAMSAT keliling ini **diterima**.

Untuk variabel X3 dengan t hitung sebesar 3,331 yang nilainya lebih besar dari t table yaitu 1,985. Kemudian untuk uji t statistik pada variabel X3 menghasilkan nilai signifikansi 0,001 dan lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan X3 (Lokasi) berpengaruh secara partial terhadap Y (Kepatuhan Wajib Pajak) di bus SAMSAT keliling ini **diterima**

Untuk variabel X4 dengan t hitung sebesar 0,462 yang nilainya lebih kecil dari t table yaitu 1,985. Kemudian untuk uji t statistik pada variabel X4 menghasilkan nilai signifikansi 0,645 dan lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan X4 (Promosi) berpengaruh partial terhadap Y (Kepatuhan Wajib Pajak) di bus SAMSAT keliling ini **ditolak**.

Untuk variabel X5 dengan t hitung sebesar 0,573 yang nilainya lebih kecil dari t table yaitu 1,985. Kemudian untuk uji t statistik pada variabel X5 menghasilkan nilai signifikansi 0,568 dan lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan X5(Petugas) berpengaruh secara partial terhadap Y (Kepatuhan Wajib Pajak) di bus SAMSAT keliling ini **ditolak**

Untuk variabel X6 dengan - t hitung sebesar -0,481 yang nilainya lebih kecil dari - t table yaitu 1,985. Kemudian untuk uji t statistik pada variabel X6 menghasilkan nilai signifikansi 0,632 dan lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam yang menyatakan X6 (Proses) berpengaruh secara partial terhadap Y (Kepatuhan Wajib Pajak) di bus SAMSAT keliling ini **ditolak**.

Untuk variabel X7 dengan t hitung sebesar 2,859 yang nilainya lebih besar dari t table yaitu 1,985. Kemudian untuk uji t statistik pada variabel X7 menghasilkan nilai signifikansi 0,005 dan lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketujuh

yang menyatakan X7 (Lingkungan Fisik) berpengaruh secara partial terhadap Y (Kepatuhan Wajib Pajak) di bus SAMSAT keliling ini **diterima**.

Uji F – Simultan

Tabel 5 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	216.886	7	30.984	15.660	.000 ^b
Residual	182.024	92	1.979		
Total	398.910	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X7, X1, X2, X4, X6, X5, X3

Sumber: Data SPSS 25 (2023)

F table = 2,110

Dari tabel diatas hasil uji F- Simultan diperoleh F-hitung 15,660 > 2,110 F-table, artinya secara simultan dapat dibuktikan semua variabel independent (produk pelayanan, harga, lokasi, promosi, petugas pelayanan, proses pelayanan, dan lingkungan fisik) berpengaruh terhadap variabel dependent (kepatuhan wajib pajak).

Hasil yang diperoleh dari tabel diatas menghasilkan nilai signifikansi 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semua variabel independent (produk pelayanan, harga, lokasi, promosi, petugas pelayanan, proses pelayanan, dan lingkungan fisik) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent (kepatuhan wajib pajak) dengan nilai signifikansi 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedelapan yang menyatakan semua variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak di bus SAMSAT keliling.

Diterima

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.544	.509	1.40660

a. Predictors: (Constant), X7, X1, X2, X4, X6, X5, X3

Sumber: Data SPSS 25

Pada tabel diatas hasil uji koefisien determinasi, nilai Adjusted R Square sebesar 0,509, dapat diartikan bahwa variabel Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Petugas, Proses pelayanan, dan Lingkungan fisik dapat menjelaskan terhadap variabel Kepatuhan Wajib Pajak sebesar 50,9%, sisanya sebesar 49,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara partial terhadap kepatuhan wajib pajak dalam menggunakan layanan pembayaran pajak pada bus SAMSAT keliling dengan nilai sig 0,000 < alpha 0,05.

Pada penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak, dengan harga yang dikeluarkan oleh wajib pajak juga akan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak kendaraan.

Hasil penelitian pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara partial terhadap kepatuhan wajib pajak dalam menggunakan layanan pembayaran pajak pada bus SAMSAT keliling dengan nilai sig $0,001 < \alpha 0,05$. Pada penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak, dengan lokasi yang dekat maka akan menambah kepatuhan wajib pajak untuk membayar pajak melalui pelayanan bus SAMSAT keliling.

Hasil penelitian pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel lingkungan fisik berpengaruh secara partial terhadap kepatuhan wajib pajak dalam menggunakan layanan pembayaran pajak pada bus SAMSAT keliling dengan nilai sig $0,005 < \alpha 0,05$. Pada penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak, dengan lingkungan fisik yang baik maka menambah kepatuhan wajib pajak dalam hal membayar pajak kendaraan melalui bus SAMSAT keliling.

Hasil dari pengujian hipotesis untuk variabel promosi, petugas dan proses tidak terdapat pengaruh secara partial dalam menggunakan layanan pembayaran pajak pada bus SAMSAT keliling, dalam variabel produk pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan hasil survei lapangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan apabila kualitas variabel produk seperti Kebijakan Pelayanan, Profesionalisme SDM Penyelenggara, Sarana Prasarana Pelayanan Publik, Sistem Informasi Pelayanan Publik, Konsultasi dan Pengaduan, Inovasi Pelayanan (Muslimin B Putra, 2019), tidak berdampak pada kepatuhan wajib pajak untuk melakukan pembayaran pada bus SAMSAT keliling dikarenakan sudah menjadi kewajiban dari setiap masyarakat untuk membayar pajak kendaraan dan didasari atas kesadaran pribadi wajib pajak untuk secara sukarela membayar pajak kendaraan bermotor pada pelayanan lain diluar dari bus SAMSAT keliling.

Hasil yang diperoleh dari uji ANOVA dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketujuh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai F sebesar 15.660 pada tingkat signifikansi 0,000.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor pada pelayanan bus SAMSAT keliling di kota Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga variabel yang mempengaruhi wajib pajak dalam pembayaran pajak pada bus SAMSAT keliling yaitu harga, lokasi dan lingkungan fisik. Berdasarkan hasil survey dari lapangan hal ini disebabkan oleh wajib pajak yang memilih untuk membayar lebih dekat dengan tempat tinggal ataupun dekat dengan daerah bekerja wajib pajak. Hal ini sudah sejalan dengan dengan tujuan dari bus SAMSAT keliling yaitu:

1. Memberikan kemudahan bagi masyarakat yang bertempat tinggal berjauhan dari lokasi kantor bersama SAMSAT
2. Meningkatkan efisiensi waktu, tenaga dan biaya bagi masyarakat pengguna jasa pelayanan (Wajib Pajak)
3. Mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap calo atau biro jasa
4. Membagi beban pelayanan yang semula hanya terkonsentrasi pada kantor bersama SAMSAT

Saran

Tetapi terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan dalam pelayanan bus SAMSAT keliling, yaitu promosi kurang diperhatikan dalam pelayanan bus SAMSAT keliling. Kurangnya sosialisasi melalui medsos (media sosial) tentang produk bus SAMSAT keliling, program-program kesamsatan atau info lainnya yang perlu untuk menarik atau menambah kepatuhan wajib pajak dalam pembayaran pajak kendaraan terkhusus dalam pembayaran pada bus SAMSAT keliling serta kurangnya konten produk bus SAMSAT keliling yang menarik wajib pajak untuk membayar pajak kendaraannya. Diharapkan setelah adanya penelitian ini SAMSAT berbenah untuk melakukan segala upaya pemasaran yang menggabungkan beberapa komponen menjadi satu kesatuan agar bus SAMSAT keliling dapat memberikan pelayanan yang berbeda dengan pelayanan pembayaran pajak kendaraan diluar dari kantor SAMSAT, yang nanti akan menambah sadarnya wajib pajak untuk membayar pajak. Dalam pelayanan bus SAMSAT keliling tidak hanya dapat membayar pajak kendaraan satu tahunan tetapi dapat melayani pembayaran pajak lima tahunan sekaligus dilakukan dalam bus SAMSAT keliling. Hal ini akan menambah kepatuhan wajib pajak sadar untuk membayar pajak kendaraan serta dalam upaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi wajib pajak serta meningkatkan pendapatan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Rosadi, D. G. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Strategi Kepuasan Pelanggan Pada Niki Sae Building Bogor. *Visionida, Volume 4*.
- Andriani. (2012). *Akuntansi Pajak*. Jakarta: Saleba Empat.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Diambil dari <http://r2kn.litbang.kemkes.go.id:8080/handle/123456789/62880>
- Edvantris, L. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Surya Maxima Photography Bandar Lampung)*. Lampung: Universitas Lampung.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketiga*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gita Prihatiningtyas, U. C. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Blanco Coffee Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(2), 1–18.
- Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. (2010). *Peraturan Bersama Pelayanan Prima Samsat*. Yogyakarta.
- Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. (2011). *Peraturan Daerah DIY No 3 Tentang Pajak Daerah*. Yogyakarta.
- Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. (2014). *Pergub No. 32 Tentang Pajak Kendaraan Bermotor*. Yogyakarta.
- Hidayat, A. (2012). Tutorial Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dengan SPSS. Diambil dari <https://www.statistikian.com/>
- Kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran* (ketiga). Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2014). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (keempat). Jakarta.
- Kotler, P. dan A. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahaputri, N. N. T. dan N. N. (2016). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *EJurnal Akuntansi*, Vol. 17.3.
- Marcelina, J., & B, B. T. (2016). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Guest House Di Surabaya. *Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia.*, (2015).
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi.
- Muhammad Supriyanto, M. taali. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di The SUN Hotel Madiun. *Jurnal manajemen, Volume 2*.
- Muslimin B Putra. (2019). Enam Jalan Menuju Kinerja Pelayanan Prima. Diambil dari <https://ombudsman.go.id/>
- Presiden Replubik Indonesia. (2015). *Peraturan Presiden No 5 tentang Penyelenggaraan Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap Kendaraan Bermotor*. Jakarta.
- Presiden Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang No. 28 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta. <https://doi.org/10.1007/s10509-009-9987-8>
- Rustiyaningsih, S. (2011). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak. *Widya Warta*, 35(2), 6–9.
- Solimun dkk. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Malang: Universitas Brawijaya Press. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=GrRVDwAAQBAJ&pg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Susilawati, K. E., & Budiarta, K. (2013). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajakan Dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi*, 4(2), 345–357.
- Tjiptono. (2002). *Strategi Pemasaran Edisi kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi.