

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh kesadaran, kewajiban moral, akses pajak, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Banyumas. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Atribusi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua wajib pajak kendaraan bermotor roda dua dan roda tiga yang tercatat di Kantor UPPD Kabupaten Banyumas sampai dengan tahun 2017 yaitu sebanyak 501.400 kendaraan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dihitung berdasarkan rumus slovin dengan metode penentuan sampel adalah metode convenience sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey melalui instrumen kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran, kewajiban moral, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak membayar pajak kendaraan bermotor. Selanjutnya, untuk variable akses pajak berpengaruh positif tetapi secara statistik tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak membayar pajak kendaraan bermotor.

Kata Kunci: kesadaran, kewajiban moral, akses pajak, kualitas pelayanan, sanksi perpajakan, kepatuhan wajib pajak, Pajak Kendaraan Bermotor.

SUMMARY

This research aimed to get empirical evidence about the influence of awareness, moral obligation, access tax, quality of service, and tax penalties on taxpayer compliance in paying motor vehicle tax in Banyumas district. The theory used is the Attribution Theory. The population in this research are all taxpayers two-wheelers and three-wheelers motor vehicle registered in the office of UPPD Banyumas district until 2017 that as many as 501.400 vehicle. The samples used of 100 respondents was calculated based on the formula Slovin of sampling convenience. The data collection by survey method through questionnaire. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression. The results showed that awareness, a moral obligation, quality of service, and tax penalties have positive effect on taxpayer compliance in paying motor vehicle tax. Furthermore, the variable of access taxes is positive effect but statistically not significant on taxpayer compliance in paying motor vehicle tax.

Keywords: *awareness, moral obligation, access tax, quality of service, tax penalties, taxpayer compliance, motor vehicle tax.*