

## PENGARUH PEMBAYARAN PAJAK SECARA *ONLINE* TERHADAP KEPUASAN WAJIB PAJAK DENGAN VARIABEL MEDIASI *DIGITAL LITERACY* DI KPP PRATAMA CIMAH

Oleh:

<sup>1</sup>Angela Sabatini Lappa, <sup>2</sup>Lenita Waty, <sup>3</sup>Rolyana Ferinia Pintauli

<sup>1,2,3</sup>Universitas Advent Indonesia, Program Studi Akuntansi,  
Jl. Kolonel Masturi No.288, Cihanjuang Rahayu, Kec. Parongpong,  
Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559

E-mail : [sabatiniangel02@gmail.com](mailto:sabatiniangel02@gmail.com)<sup>1</sup>, [lenita.waty@unai.edu](mailto:lenita.waty@unai.edu)<sup>2</sup>, [rolyana.pintauli@unai.edu](mailto:rolyana.pintauli@unai.edu)<sup>3</sup>

---

### ABSTRACT

Indonesia as a developing country, is increasingly utilizing digitalization to facilitate various transactions, including tax payments. Taxpayer satisfaction is an indicator used to measure the effectiveness of tax services, which can encourage compliance. This study aims to analyze the impact of online tax payments on digital literacy and taxpayer satisfaction, as well as the mediating role of digital literacy. The research was conducted on corporate taxpayers registered at KPP Pratama Cimahi using purposive sampling, involving 180 respondents. Data collection was done through questionnaires measured using a Likert scale. The data analysis technique used was Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The results showed that online tax payment has a significant impact on digital literacy ( $H_1$  accepted), but does not directly have a significant impact on taxpayer satisfaction ( $H_2$  rejected). Digital literacy has a significant impact on taxpayer satisfaction ( $H_3$  accepted) and mediates the relationship between online tax payment and taxpayer satisfaction ( $H_4$  accepted). The study concludes that improving digital literacy can strengthen the positive impact of using the online tax payment system on taxpayer satisfaction. The government needs to enhance socialization and digital infrastructure, as well as provide ongoing training to support the utilization of technology in tax payments.

**Keywords:** Digital Literacy, Online Tax Payments, and Taxpayer's Satisfaction.

---

### ABSTRAK

Indonesia sebagai negara berkembang semakin memanfaatkan digitalisasi untuk memudahkan berbagai transaksi, termasuk pembayaran pajak. Kepuasan wajib pajak merupakan indikator dalam mengukur efektivitas layanan perpajakan, yang dapat mendorong kepatuhan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembayaran pajak secara *online* terhadap *digital literacy* dan kepuasan wajib pajak, serta peran mediasi dari *digital literacy*. Penelitian dilakukan pada wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Pratama Cimahi dengan menggunakan metode *purposive sampling*, melibatkan 180 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang diukur dengan skala *Likert*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran pajak secara *online* berpengaruh signifikan terhadap *digital literacy* ( $H_1$  diterima), namun tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak ( $H_2$  ditolak). *Digital literacy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak ( $H_3$  diterima) dan

memediasi hubungan antara pembayaran pajak secara *online* dan kepuasan wajib pajak (H<sub>4</sub> diterima). Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan *digital literacy* dapat memperkuat dampak positif dari penggunaan sistem pembayaran pajak secara *online* terhadap kepuasan wajib pajak. Pemerintah perlu meningkatkan sosialisasi dan infrastruktur digital, serta memberikan pelatihan berkelanjutan untuk mendukung pemanfaatan teknologi dalam pembayaran pajak.

**Kata Kunci:** *Digital Literacy*, Kepuasan Wajib Pajak, dan Pembayaran Pajak secara *Online*.

---

## PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara berkembang perlu mengikuti perkembangan zaman, khususnya dalam memanfaatkan digitalisasi untuk memudahkan transaksi. Saat ini, hampir semua kegiatan, termasuk pembayaran tagihan, *e-commerce*, dan bahkan pajak, sudah dapat dilakukan secara *online*. Pajak, menurut Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Pajak (2022), adalah kewajiban keuangan yang diberikan kepada pemerintah untuk mendukung pembangunan nasional. Kepuasan wajib pajak menjadi salah satu indikator penting dalam mengukur efektivitas pelayanan perpajakan, karena wajib pajak yang puas lebih cenderung untuk patuh terhadap kewajiban mereka (Nurhayati, 2023). Salah satu upaya untuk meningkatkan kepuasan adalah dengan memanfaatkan sistem pembayaran pajak secara *online* melalui platform DJP *Online*. Sistem ini menawarkan kemudahan akses, efisiensi waktu, dan pengurangan kesalahan data, yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan perpajakan (Bandiyono & Septiana, 2018; Zubaidah & Lubis, 2021). Namun, meskipun sistem ini telah menyediakan kemudahan digitalisasi, adopsi oleh wajib pajak masih tergolong rendah. Penelitian Suriyati et al. (2022) mencatat bahwa hanya 67,49% wajib pajak di Makassar yang menggunakan layanan elektronik seperti *e-filing* dan *e-billing*, menunjukkan bahwa pemanfaatan layanan ini masih jauh dari optimal. Survei Kepuasan Pengguna Jasa yang dilakukan oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia dan Universitas Padjajaran (2020) juga menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih memilih layanan langsung atau melalui *website*, dengan penggunaan media sosial dan kurir/pos yang sangat rendah. Selain itu, Indeks Kepuasan Pengguna Layanan (IKPL) Kementerian Keuangan pada unit Direktorat Jenderal Pajak (DJP) tercatat hanya mencapai 4,10, dengan gap negatif -0,24, yang menunjukkan adanya kekurangan dalam pelayanan. Hasil survei lebih lanjut oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia & Direktorat Jenderal Pajak (2021) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna layanan perpajakan hanya meningkat sedikit, dari 3,40 menjadi 3,41, sementara aplikasi daring hanya memperoleh skor 3,34, yang menandakan kurangnya perkembangan dalam layanan digital. Hal ini memperlihatkan adanya hambatan signifikan dalam pemanfaatan layanan digital oleh wajib pajak (Badan Pendapatan Daerah Kota Malang, 2020).

Tantangan lain yang menghambat pemanfaatan sistem pajak secara *online* adalah rendahnya tingkat *digital literacy* dikalangan wajib pajak. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (2022) mencatat bahwa 81% responden mengalami ketidakstabilan jaringan internet, dan hanya 3% responden yang sering menggunakan internet untuk aktivitas keuangan, termasuk pajak. Ini mengindikasikan bahwa terdapat hambatan besar dalam mengintegrasikan layanan digital ke dalam kehidupan wajib pajak. Meskipun ada kemajuan dalam pengembangan layanan digital DJP, adopsi dan kepuasan terhadap layanan ini masih belum optimal, yang menandakan perlunya perbaikan untuk

meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun kepercayaan wajib pajak (Damayanti et al., 2020; Siham & Meirinawati, 2019).

Vientiany et al., (2024) mengutip Wijayanti dan Susanti (2020) yang menyatakan bahwa sistem pajak secara *online* memiliki potensi untuk meningkatkan penerimaan pajak melalui penyederhanaan proses administrasi dan pengurangan risiko kesalahan. Namun, adopsi sistem ini masih terkendala oleh rendahnya *digital literacy* dan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap penggunaan sistem pajak secara *online*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis beberapa hal penting, yaitu: pertama, untuk menganalisis pengaruh pembayaran pajak secara *online* terhadap tingkat *digital literacy* wajib pajak; kedua, untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh dari pembayaran pajak secara *online* terhadap kepuasan wajib pajak; ketiga, untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh positif dari *digital literacy* terhadap kepuasan wajib pajak; dan keempat, untuk menganalisis apakah pembayaran pajak secara *online* dapat meningkatkan kepuasan wajib pajak dengan *digital literacy* sebagai mediator. Penelitian ini penting karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana faktor *digital literacy* mempengaruhi pengalaman wajib pajak dalam menggunakan sistem pajak secara *online*, serta bagaimana hal tersebut berimplikasi pada tingkat kepuasan mereka. Mengingat tantangan terkait rendahnya *digital literacy* dan tingkat adopsi sistem pajak secara *online* yang masih rendah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan pajak secara *online*, mendorong partisipasi wajib pajak yang lebih aktif, serta memperbaiki penerimaan pajak di Indonesia. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat mendukung kebijakan yang lebih efektif dalam implementasi sistem pajak secara *online*, sehingga dapat mempercepat pembangunan nasional.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kepuasan Wajib Pajak

Kepuasan merupakan situasi di mana seseorang mengekspresikan perasaannya, yang bisa berupa kegusaran, kekecewaaan, kekesalan, objektivitas, kepuasan, dan keceriaan, setelah melakukan suatu transaksi (Loveloock & Wright, 2017). Menurut Keshavarz (2018) perasaan ini berasal dari penilaian pengguna terhadap pengalaman yang diperoleh, baik dari produk maupun layanan yang digunakan, apakah sudah sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan.

Dua pemahaman yang disebutkan di atas mengarah pada pandangan bahwa kepuasan merupakan hasil yang diberikan berdasarkan peristiwa yang dialami dan bersifat menggembirakan. Hasil dari perasaan ini memungkinkan konsumen untuk membuat pertimbangan akhir yang lebih objektif, antara pengambilan tindakan yang menyebabkan ganti rugi, memberikan penilaian yang buruk, atau sebaliknya (Oliver, 2015).

Dalam mengukur tingkat kepuasan wajib pajak, dapat diukur dengan mengadaptasi konsep kepuasan pelanggan yang mencakup beberapa aspek untuk memenuhi *customer satisfaction* setiap orang (Zeithaml et al., 2016), di antaranya melalui penilaian: harapan (*expectations*) wajib pajak terhadap produk dan layanan yang disediakan oleh perusahaan, yang harus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Selanjutnya, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, baik yang berkaitan dengan barang dan jasa yang ditawarkan. Terakhir, responsivitas dan sikap cekatan perusahaan dalam menyampaikan konfirmasi kembali, guna mendapatkan penilaian puas oleh pelanggan akan produk dan jasa yang diterima.

## Pembayaran Pajak

Pietersz et al. (2021) menyatakan bahwa seseorang dapat dikatakan berbakti kepada daerahnya apabila membayar kewajibannya sebagai masyarakat berupa penyetoran pajak, sebagaimana dijelaskan oleh Mustaqiem (2014) yang dikutip dalam Pietersz et al. (2021). Penyetoran pajak akan dianggap resmi apabila dilakukan pada pos-pos yang telah ditetapkan dan sudah diverifikasi (Syarifudin, 2018). Mekanisme transaksi peralihan uang masyarakat kepada negara pun diharapkan selalu memberikan jaminan akan keamanan dalam setiap kegiatan (UU RI No. 4 Tahun 2023 tentang Bank Indonesia, 2023).

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan telah membuat aplikasi guna memberikan kemudahan bagi para pelaku pajak dalam melunasi kewajiban pajaknya, diantaranya melalui *E-SPT*, *E-Filing*, dan *E-Billing* (Suryani, 2020).

Elektronik SPT, atau yang disingkat sebagai *e-SPT* merupakan salah satu perangkat lunak yang mampu memberikan kemudahan dalam hal keamanan, yang dapat dirasakan saat memberikan lampiran tentang data diri, dan proses yang dilalui pun cepat. Selain itu, data-data dari pelanggan tentang pajak tersusun rapi dan formulir yang disediakan berisi data-data yang lengkap. Sistem dalam aplikasi *e-SPT* sudah terorganisir dengan baik, sehingga rekapitulasi keuangan dapat dikerjakan secara akurat karena sudah terstruktur dalam sistem komputer yang menghasilkan laporan pajak yang lebih mudah dilakukan. Keunggulan dari aplikasi ini pun akhirnya mendukung dalam menciptakan gebrakan baru dalam mengurangi sampah kertas.

*E-Filing* merupakan salah satu bentuk penyajian surat pemberitahuan secara *online* melalui elektronik. Pada aplikasi ini, proses pencatatan identitas SPT kepada Direktorat Jenderal Pajak menjadi lebih mudah karena wajib pajak tidak memerlukan kontak langsung dengan petugas perpajakan, dan dalam tahapan pengumpulan SPT, prosesnya tidak membutuhkan antrian yang panjang. Selain itu, file fisik perpajakan dan berkas-berkas lainnya yang berkaitan dengan dokumen pajak menjadi berkurang.

*E-Billing* adalah sebuah kode yang digunakan sebelum melakukan pembayaran pajak. Sistem ini dirancang untuk memudahkan penerimaan negara. Proses pembayaran dengan kode *e-billing* dapat dilakukan dengan semua metode pembayaran, seperti ATM, teller bank, kantor pos, dan *internet banking*.

## Digital Literacy

Kemampuan seseorang dalam mengakses, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi yang tersedia di era digital berarti orang itu memiliki *digital literacy* yang cukup (Wiesinger & Beliveau, 2016). Kemampuan dalam menggunakan teknologi sebagai wadah berkomunikasi, untuk mengorganisir, mengendalikan, dan menilai informasi yang sudah ada dalam jaringan, agar informasi itu dapat berguna untuk sesama masyarakat (Jones & Hafner, 2021).

Menurut Hartley (2017), seseorang dapat diukur tingkat *digital literacy*-nya apabila ketiga hal ini menjadi dasar kriteria penilaiannya, yaitu *digital responsibility*, *digital productivity*, dan *digital creativity*. *Digital responsibility* adalah tanggung jawab orang pribadi, masyarakat, maupun organisasi dalam berperilaku, berinteraksi ataupun dalam menggunakan teknologi digital secara etis, aman, dan bertanggung jawab. *Digital productivity* adalah kemampuan seseorang dalam memakai teknologi secara efisien dan efektif agar tercapainya tujuan seseorang dalam meningkatkan kinerja, serta waktu untuk mengelola tugas yang diberikan secara lebih baik secara digital. *Digital creativity* adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan ide-ide kreatif, konten, atau karya seni menggunakan teknologi digital, contohnya membuat grafik, desain web, animasi, video, musik, dan sebagainya.

## Hubungan Antar Variabel

### Pengaruh Pembayaran Pajak Secara *Online* terhadap *Digital Literacy*

Pembayaran pajak secara *online* penting untuk meningkatkan efisiensi pemungutan pajak dan mengurangi keterlambatan (Afiyah, 2016). Namun, penelitian oleh Putra & Risti (2022) menunjukkan bahwa meskipun pelaku bisnis di Jabodetabek mengadopsi teknologi ini, *digital literacy* mereka tidak selalu meningkat. Penelitian Nilamsari et al. (2020) di Semarang menunjukkan bahwa UMKM di kota tersebut cenderung mengajukan pajak secara manual dan hanya menggunakan teknologi untuk komunikasi, karena rendahnya pemahaman terhadap teknologi. Penelitian ini bertujuan menilai pengaruh pembayaran pajak secara *online* terhadap *digital literacy* di KPP Pratama Cimahi, Bandung Barat, dengan mengatasi tantangan terkait adopsi teknologi di wilayah tersebut. Dengan adanya tantangan *digital literacy* yang mungkin berbeda, penelitian ini berfokus untuk menilai sampai sejauh mana teknologi digital dalam pembayaran pajak secara *online* dapat meningkatkan *digital literacy* wajib pajak di wilayah ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, hipotesis pertama penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>:** Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara pembayaran pajak secara *online* terhadap *digital literacy* pada wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Pratama Cimahi, Bandung Barat.

### Pengaruh Pembayaran Pajak Secara *Online* terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Kepuasan adalah sensasi yang dialami ketika layanan terbaik yang diperoleh selaras dengan harapan seseorang (Kotler & Lane Keller, 2016). Dari hasil penelitian Wijaya et al. (2022) yang diperuntukkan kepada wajib pajak di wilayah KPP Bandar Lampung, kebanyakan responden merasa terbantu dengan adanya pembayaran pajak secara *online* yang difasilitasi oleh sistem *e-Billing*, karena proses penyetoran yang cepat menjadi tolak ukur rasa puas. Demikian pula, ini berlaku untuk penelitian yang dilakukan oleh Utomo et al. (2020), yang menyatakan bahwa pembayaran pajak secara *online* melalui sistem *e-Filing* telah membantu penggunaannya dengan cara yang efisien dan efektif. Meningkatnya mutu sebuah sistem akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan dari wajib pajaknya.

Penelitian sebelumnya oleh Wijaya et al. (2022) di KPP Bandar Lampung dan Utomo et al. (2020) menunjukkan bahwa sistem pembayaran pajak secara *online*, seperti *e-Billing* dan *e-Filing*, meningkatkan kepuasan wajib pajak melalui proses yang lebih cepat dan efisien. Meskipun demikian, studi tersebut lebih fokus pada aspek teknis dan kurang mempertimbangkan wilayah yang dapat memiliki karakteristik berbeda. Dalam konteks KPP Pratama Cimahi, Bandung Barat, penelitian ini akan menganalisis lebih menyeluruh tentang fungsionalitas sistem pembayaran pajak secara *online* yang melibatkan *e-SPT*, *e-Billing*, dan *e-Filing*, yang juga berdampak signifikan terhadap kepuasan wajib pajak badan di wilayah ini. Penelitian ini bertujuan untuk melengkapi penelitian sebelumnya dengan fokus pada penggunaan ketiga sistem tersebut di KPP Pratama Cimahi, Bandung Barat. Berdasarkan latar belakang ini, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>:** Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara pembayaran pajak secara *online* terhadap kepuasan wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Pratama Cimahi, Bandung Barat.

### Pengaruh *Digital Literacy* terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Seseorang yang memiliki *digital literacy* apabila mampu memahami serta menggunakan data yang ditampilkan dalam berbagai bentuk atau format elektronik di era digital sekarang (Wiesinger & Beliveau, 2016). *Digital literacy* yang dimiliki wajib pajak dapat mempengaruhi kepuasannya, terutama apabila kualitas sistem *online* yang digunakan dapat memberikan ketepatan waktu dan menjaga kerahasiaan informasi. Namun, penelitian

dari Salsabila & Kumala (2022), menunjukkan bahwa kualitas sistem bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi, karena keterbatasan media sosial, buruknya kualitas jaringan internet, paket data yang tidak mencukupi, dan kesulitan mengingat kredensial *login* juga turut berkontribusi pada masalah *digital literacy*. Dengan adanya berbagai faktor yang mempengaruhi *digital literacy* dan kepuasan wajib pajak, diperlukan pengkajian lebih lanjut dalam konteks yang lebih spesifik, seperti di KPP Pratama Cimahi, Bandung Barat. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>:** Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *digital literacy* terhadap kepuasan wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Pratama Cimahi, Bandung Barat.

### **Pengaruh Pembayaran Pajak Secara *Online* terhadap Kepuasan Wajib Pajak Melalui *Digital Literacy***

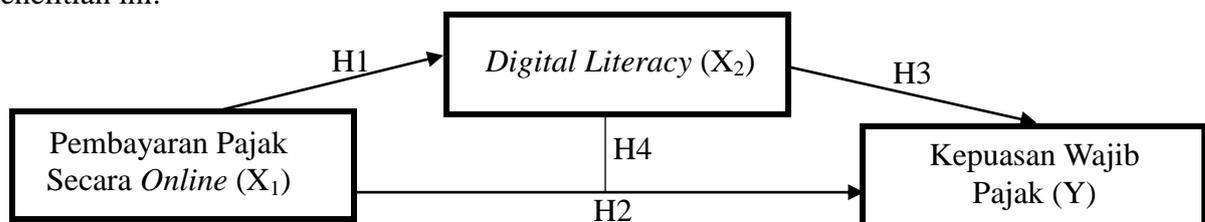
Memiliki pemahaman tentang proses digital akan memudahkan wajib pajak dalam melaporkan SPT-nya, namun hasil dari penelitian Anisa & Suprajitno (2020) menyatakan bahwa wajib pajak lebih mengedepankan kebermanfaatan penggunaan *e-Filing*. Selain itu, penelitian dari Hama (2023) menunjukkan bahwa bagi orang awam, *digital literacy* tidak sepenuhnya berguna apabila tidak diadakan sosialisasi secara langsung; mereka akan tetap kesulitan dalam mencari informasi. Bahkan, wajib pajak orang pribadi pun masih membutuhkan praktek secara langsung. Kemudahan bertransaksi saat pembayaran pajak secara *online* akan memudahkan wajib pajak sehingga menimbulkan kepuasan (Wijaya et al., 2022).

Meskipun banyak penelitian yang membahas pembayaran pajak secara *online*, masih sedikit penelitian yang membahas bagaimana *digital literacy* berperan sebagai faktor yang memediasi antara penggunaan sistem pembayaran pajak secara *online* dan kepuasan wajib pajak, khususnya di wilayah tertentu seperti KPP Pratama Cimahi, Bandung Barat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *digital literacy* sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara pembayaran pajak secara *online* dan kepuasan wajib pajak badan. Penelitian ini akan mengeksplorasi apakah *digital literacy* memperkuat atau mengurangi efek *positif* dari penggunaan sistem pembayaran pajak secara *online* terhadap tingkat kepuasan wajib pajak di wilayah tersebut. Berdasarkan latar belakang ini, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

**H<sub>4</sub>:** Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara pembayaran pajak secara *online* terhadap kepuasan wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Pratama Cimahi, Bandung Barat melalui *Digital Literacy*.

### **Kerangka Pemikiran**

Di bawah ini adalah gambaran grafis kerangka *kognitif* yang menjadi landasan penelitian ini.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, yang berarti pendekatannya menggunakan data yang dapat diukur secara numerik (Priadana & Sunarsi, 2021). Desain korelasional ini digunakan untuk memastikan adanya hubungan atau korelasi antara variabel-variabel yang diselidiki, baik dalam satu arah, maupun sebaliknya. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *teknik purposive sampling (judgmental sampling)*, yang memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut adalah wajib pajak badan yang terdaftar di KPP Pratama Cimahi, yang menggunakan sistem pembayaran pajak secara *online*. Sampel yang terpilih sebanyak 180 wajib pajak badan yang memenuhi kriteria tersebut. Penelitian ini dilaksanakan di KPP Pratama Cimahi yang berlokasi di Jl. Jend. H. Amir Machmud No.574, Padasuka, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat, selama dua bulan, yaitu pada bulan April dan Mei 2024. Pengambilan data dilakukan dengan mengedarkan kuesioner secara langsung kepada wajib pajak badan yang terdaftar, di mana responden diminta untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Metode ini merupakan suatu pendekatan dasar dalam perhitungan statistik penelitian sosial (Pinatuli, 2023). Dalam penelitian ini, skala Linkert digunakan untuk mengukur sikap atau persepsi responden terhadap variabel-variabel yang diselidiki. Skala Likert yang digunakan memiliki lima tingkatan: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, dan (5) Sangat Setuju.

### Metode Analisis Data

Pengujian *outer model* memakai *software* SEM-PLS. Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dan pendekatan data yang diolah menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS). Pemilihan metode ini didasarkan pada efektivitasnya dalam menganalisis hubungan multivariat yang kompleks antara berbagai variabel yang terlibat. Proses evaluasi untuk *outer model* mencakup uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's alpha*, dan *composite reliability*, serta pengujian validitas menggunakan *validitas convergent*, *validitas discriminant* dan *cross loading*. Sedangkan untuk evaluasi *inner model* dilakukan dengan penilaian terhadap nilai koefisien jalur dan nilai  $R^2$  yang berfungsi sebagai indikator dalam mengukur kriteria kualitas model yang dihasilkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut ini merupakan hasil dan pembahasan analisis yang dilakukan oleh peneliti:

### Uji Outer Model Uji Validitas & Reliabilitas

Tabel 1. *Validitas SEM-PLS*

	<i>Digital Literacy (X<sub>2</sub>)</i>	<b>Kepuasan Wajib Pajak (Y)</b>	<b>Pembayaran Pajak Secara Online (X<sub>1</sub>)</b>
X1.1			0.935
X1.2			0.892
X1.3			0.909
X1.4			0.951
X1.5			0.931
X1.6			0.799
X1.7			0.902
X1.8			0.805
X1.9			0.925
X2.1	0.831		
X2.2	0.799		
X2.3	0.877		
X2.4	0.887		
X2.5	0.937		
X2.6	0.778		
X2.7	0.862		
X2.8	0.768		
X2.9	0.904		
Y1.1		0.826	
Y1.2		0.720	
Y1.3		0.814	
Y1.4		0.765	
Y1.5		0.870	
Y1.6		0.782	
Y1.7		0.776	
Y1.8		0.800	
Y1.9		0.763	

Sumber: *Smart PLS v.3*

Dalam uji validitas SEM-PLS, kriteria yang digunakan pertama yakni *Validitas Convergent* dimana kriteria yang ditentukan dalam pengujian yaitu menggunakan nilai *loading factor*. Apabila nilai dari *loading factor* > 0.70, maka item variabel dapat dinyatakan *valid* (Asari et al., 2023). Berdasarkan tabel di atas, didapatkan bahwa masing-masing nilai *loading factor* dari semua variabel memiliki nilai > 0.70, sehingga item pertanyaan dapat dinyatakan *valid*. Selain itu dalam *validitas convergent* juga dapat dilihat nilai AVE. Apabila nilai AVE > 0.50, maka dapat dinyatakan *valid*.

Tabel 2. Nilai AVE, *Cronbach's Alpha*, dan *Composite Reliability*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Pembayaran Pajak Secara <i>Online (X<sub>1</sub>)</i>	0.802	0.969	0.973
Kepuasan Wajib Pajak (Y)	0.627	0.927	0.938
<i>Digital Literacy (X<sub>2</sub>)</i>	0.724	0.952	0.959

Sumber: *Smart PLS v.3*

Berdasarkan Tabel 2, didapatkan masing-masing variabel memiliki nilai AVE 0.802 untuk variabel Pembayaran Pajak Secara *Online (X<sub>1</sub>)*, selanjutnya 0.627 untuk Kepuasan Wajib Pajak (Y), dan 0.724 untuk *Digital Literacy (X<sub>2</sub>)*. Maka, dapat disimpulkan bahwa data bersifat *valid*. Selain menggunakan Validitas *Convergent*, dapat juga menggunakan Validitas *Discriminant* dengan kriteria validitas, yaitu apabila nilai *Heterotrait Monotrait (HTMT)* < 0.90, maka dapat dinyatakan *valid* (Asari et al., 2023).

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai dari *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dengan kriteria pengujian, yaitu dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai > 0.70 (Asari et al., 2023). Berdasarkan Tabel 2, didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dari masing-masing variabel > 0.70, maka semua variabel dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Nilai Validitas *Discriminant*

	<i>Digital Literacy (X<sub>2</sub>)</i>	<i>Kepuasan Wajib Pajak (Y)</i>	<i>Pembayaran Pajak Secara Online (X<sub>1</sub>)</i>
<i>Digital Literacy (X<sub>2</sub>)</i>	0.851		
Kepuasan Wajib Pajak (Y)	0.710	0.792	
Pembayaran Pajak Secara <i>Online (X<sub>1</sub>)</i>	0.850	0.625	0.896

Sumber: *Smart PLS v.3*

Berdasarkan Tabel 3, didapatkan nilai HTMT dari uji validitas *discriminant* < 0.90, maka masing-masing variabel dinyatakan *valid*. Selanjutnya, dilakukan uji *cross loading* untuk melihat korelasi item pengukuran apakah lebih kuat atau tidak dengan variabel yang diukur.

Tabel 4. Uji *Cross Loading*

	<i>Digital Literacy (X<sub>2</sub>)</i>	<i>Kepuasan Wajib Pajak (Y)</i>	<i>Pembayaran Pajak Secara Online (X<sub>1</sub>)</i>
X1.1	0.757	0.593	<b>0.935</b>
X1.2	0.730	0.654	<b>0.892</b>
X1.3	0.712	0.492	<b>0.909</b>
X1.4	0.826	0.572	<b>0.951</b>
X1.5	0.835	0.595	<b>0.931</b>
X1.6	0.709	0.669	<b>0.799</b>
X1.7	0.770	0.495	<b>0.902</b>
X1.8	0.720	0.421	<b>0.805</b>
X1.9	0.773	0.517	<b>0.925</b>
X2.1	<b>0.831</b>	0.388	0.597
X2.2	<b>0.799</b>	0.451	0.707
X2.3	<b>0.877</b>	0.541	0.664
X2.4	<b>0.887</b>	0.608	0.650

X2.5	<b>0.937</b>	0.769	0.773
X2.6	<b>0.778</b>	0.701	0.756
X2.7	<b>0.862</b>	0.632	0.659
X2.8	<b>0.768</b>	0.484	0.799
X2.9	<b>0.904</b>	0.733	0.834
Y1.1	0.522	<b>0.826</b>	0.387
Y1.2	0.519	<b>0.720</b>	0.581
Y1.3	0.489	<b>0.814</b>	0.340
Y1.4	0.461	<b>0.765</b>	0.404
Y1.5	0.607	<b>0.870</b>	0.551
Y1.6	0.332	<b>0.782</b>	0.225
Y1.7	0.316	<b>0.776</b>	0.329
Y1.8	0.596	<b>0.800</b>	0.489
Y1.9	0.835	<b>0.763</b>	0.775

Sumber: *Smart PLS v.3*

Berdasarkan hasil uji *cross loading* dalam Tabel 4, didapatkan bahwa untuk semua item pengukuran variabel pembayaran pajak secara *online* ( $X_1$ ) berkorelasi lebih tinggi dengan variabel pembayaran pajak secara *online* ( $X_1$ ) dan berkorelasi rendah dengan variabel lainnya. Selanjutnya, untuk item pengukuran variabel *digital literacy* ( $X_2$ ) berkorelasi lebih tinggi dengan variabel *digital literacy* ( $X_2$ ) dan berkorelasi rendah dengan variabel lainnya selain X2.8. Terakhir, untuk item pengukuran variabel kepuasan wajib pajak (Y) berkorelasi lebih tinggi dengan variabel kepuasan wajib pajak (Y) dan berkorelasi rendah dengan variabel lainnya selain Y1.9.

### Uji Inner Model

#### Uji R

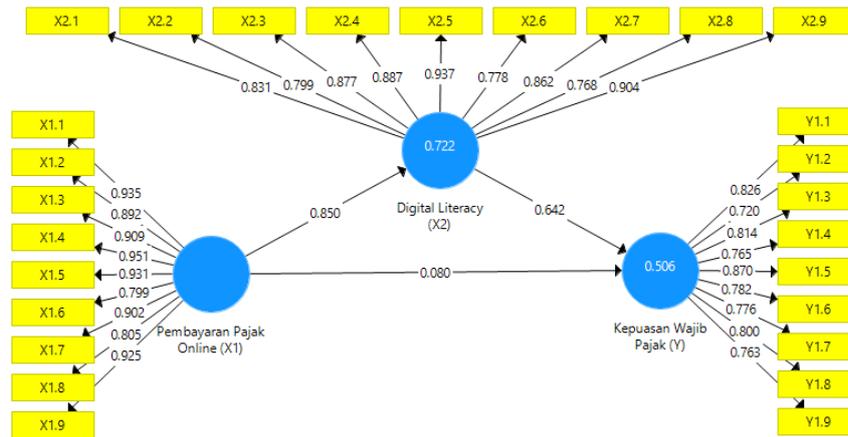
Uji *R-Square* untuk melihat berapa besar pengaruh variabel dalam bentuk persentase. Berikut hasil uji-nya.

Tabel 5. Uji *R-Square*

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
Digital Literacy ( $X_2$ )	0.722	0.720
Kepuasan Wajib Pajak (Y)	0.506	0.500

Sumber: *Smart PLS v.3*

Berdasarkan Tabel 5, didapatkan pengaruh terhadap *digital literacy* ( $X_2$ ) sebesar 0.722 atau 72.2%, sedangkan sisanya 27.8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Selanjutnya, pengaruh terhadap kepuasan wajib pajak (Y) adalah sebesar 0.506 atau 50.6%, sedangkan sisanya sebesar 49.4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.



Gambar 2. Model Outer SEM-PLS

Dari Gambar 2, dapat dilihat bahwa seluruh nilai *loading factor* lebih dari 0.7, sehingga tidak ada indikator yang perlu disisihkan (Asari et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator memenuhi syarat minimum untuk validitas dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya tanpa eliminasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran pajak secara *online* memiliki pengaruh *positif* terhadap kepuasan wajib pajak. Hal ini dapat dilihat dari tingginya nilai *loading factor* dan AVE pada variabel pembayaran pajak secara *online*, yang menggambarkan bahwa wajib pajak merasakan manfaat dari kemudahan dan efisiensi pembayaran pajak secara digital. Selain itu, *digital literacy* berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan. Wajib pajak yang memiliki tingkat *digital literacy* yang lebih tinggi cenderung lebih puas dengan layanan pembayaran pajak secara *online* karena mereka dapat memanfaatkan teknologi ini dengan lebih efektif.

### Uji Hipotesis

Selanjutnya, dilakukan uji *Path Coefficients* untuk melihat pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel. Berikut hasil uji nya.

Tabel 6. Uji *Path Coefficients Direct & Indirect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<b>Direct</b>					
Digital Literacy (X <sub>2</sub> ) -> Kepuasan Wajib Pajak (Y)	0.642	0.637	0.098	6.565	0.000
Pembayaran Pajak Secara Online (X <sub>1</sub> ) -> Digital Literacy (X <sub>2</sub> )	0.850	0.849	0.028	30.706	0.000
Pembayaran Pajak Secara Online (X <sub>1</sub> ) -> Kepuasan Wajib Pajak (Y)	0.080	0.090	0.102	0.786	0.432
<b>Indirect</b>					
Pembayaran Pajak Secara Online (X <sub>1</sub> ) -> Digital Literacy (X <sub>2</sub> ) -> Kepuasan Wajib Pajak (Y)	0.545	0.540	0.080	6.854	0.000

Sumber: Smart PLS v.3

Berdasarkan Tabel 6, didapatkan pengaruh dari *digital literacy* ( $X_2$ ) terhadap kepuasan wajib pajak ( $Y$ ) dengan *P Value* 0.000 ( $<0.05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa *digital literacy* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak ( $Y$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *digital literacy* wajib pajak, semakin tinggi tingkat kepuasan mereka terhadap sistem pembayaran pajak secara *online*. Selanjutnya, pengaruh pembayaran pajak secara *online* ( $X_1$ ) terhadap *digital literacy* ( $X_2$ ) menunjukkan *P Value* sebesar 0.000 ( $<0.05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa pembayaran pajak secara *online* ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *digital literacy* ( $X_2$ ), yang mengindikasikan bahwa penggunaan sistem pembayaran pajak secara *online* dapat meningkatkan keterampilan digital wajib pajak. Namun, pengaruh pembayaran pajak secara *online* ( $X_1$ ) terhadap kepuasan wajib pajak ( $Y$ ) menunjukkan nilai *P Value* sebesar 0.432 ( $>0.05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa pembayaran pajak secara *online* ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wajib pajak ( $Y$ ). Ini menunjukkan bahwa keberhasilan sistem pembayaran pajak secara *online* tidak hanya bergantung pada teknologi semata, tetapi juga pada faktor mediasi seperti *digital literacy*.

Uji *Spesific Indirect Effects* dilakukan untuk melihat pengaruh dari pembayaran pajak secara *online* ( $X_1$ ) terhadap kepuasan wajib pajak ( $Y$ ) yang dimediasi oleh *digital literacy* ( $X_2$ ). Berdasarkan Tabel 6, didapatkan *P Value* dari uji *Spesific Indirect Effects* sebesar 0.000 ( $<0.05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa pembayaran pajak secara *online* ( $X_1$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak ( $Y$ ) melalui *digital literacy* ( $X_2$ ) sebagai moderator. *Digital literacy* memungkinkan wajib pajak untuk merasakan manfaat berupa kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan dari sistem pembayaran pajak secara *online*.

Hubungan antara pembayaran pajak secara *online* ( $X_1$ ) terhadap kepuasan wajib pajak ( $Y$ ) tidak signifikan, dengan *P Value* 0.432, yang menunjukkan bahwa meskipun pembayaran pajak secara *online* adalah aspek penting, ia tidak berdiri sendiri sebagai faktor penentu kepuasan wajib pajak. Namun, *digital literacy* memperkuat pengaruh positif antara pembayaran pajak secara *online* dan kepuasan wajib pajak. Ketika *digital literacy* digunakan sebagai mediasi, maka hubungan antara pembayaran pajak secara *online* ( $X_1$ ) terhadap kepuasan wajib pajak ( $Y$ ) tidak signifikan. Wajib pajak yang memahami dan mampu menggunakan teknologi digital dengan baik akan lebih mampu merasakan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi yang ditawarkan oleh sistem pembayaran pajak secara *online*.

Hasil hipotesis, menunjukkan bahwa H1 diterima karena terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pembayaran pajak secara *online* dan *digital literacy*. H2 ditolak karena pembayaran pajak secara *online* tidak memiliki pengaruh signifikan langsung terhadap kepuasan wajib pajak badan. H3 diterima karena *digital literacy* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wajib pajak badan. H4 diterima karena pembayaran pajak secara *online* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak melalui *digital literacy* sebagai mediator.

Temuan ini berbeda dari penelitian Anisa & Suprajitno (2020) yang lebih menekankan manfaat praktis penggunaan *e-filing* tanpa mempertimbangkan *digital literacy*. Sebaliknya, penelitian ini menemukan bahwa *digital literacy* berperan sebagai variabel mediasi penting. Wajib pajak dengan *digital literacy* yang baik lebih mampu menggunakan sistem pembayaran pajak *online* secara efektif, yang berdampak pada peningkatan kepuasan mereka. Temuan ini menambahkan perspektif baru tentang faktor-faktor yang dapat mendukung keberhasilan sistem pembayaran pajak berbasis teknologi.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan perbedaan dengan temuan Hama (2023), yang menyatakan bahwa *digital literacy* tidak sepenuhnya berguna bagi orang awam tanpa adanya sosialisasi langsung. Sebaliknya, penelitian ini menunjukkan bahwa wajib pajak

dengan *digital literacy* yang baik dapat secara mandiri memanfaatkan teknologi pembayaran pajak.

Di sisi lain, penelitian ini sejalan dengan temuan Wijaya et al. (2022), yang menegaskan bahwa kemudahan transaksi melalui sistem pembayaran pajak secara *online* berkontribusi positif terhadap kepuasan wajib pajak. Dalam konteks ini, *digital literacy* berperan memperkuat hubungan tersebut, menunjukkan bahwa wajib pajak dengan pemahaman teknologi yang baik lebih mampu merasakan manfaat dari kemudahan transaksi, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan menyoroti peran *digital literacy* sebagai penghubung antara penggunaan sistem pembayaran pajak secara *online* dan tingkat kepuasan wajib pajak. Selain manfaat teknis dari sistem ini, penelitian ini juga menekankan pentingnya pendidikan dan pelatihan digital bagi wajib pajak. Pelatihan ini membantu wajib pajak badan memahami teknologi yang tersedia dan menggunakannya secara optimal.

Asumsi peneliti dalam penelitian ini adalah bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur pembayaran pajak secara *online*, kepuasan wajib pajak, dan *digital literacy* telah terbukti valid dan reliabel, sehingga dapat menghasilkan data yang akurat. Peneliti juga mengasumsikan adanya hubungan kausal antara pembayaran pajak secara *online* dan kepuasan wajib pajak, dengan *digital literacy* sebagai variabel mediasi yang signifikan. Selain itu, diasumsikan bahwa sampel penelitian cukup representatif, sehingga temuan dapat digeneralisasikan ke populasi wajib pajak yang lebih luas. Peneliti juga mengasumsikan bahwa variabel *digital literacy* bersifat homogen di seluruh sampel, tanpa adanya perbedaan signifikan antar subkelompok. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melengkapi literatur sebelumnya tetapi juga memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan efektivitas sistem pembayaran pajak secara *online* melalui peningkatan *digital literacy*.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan Dan Saran**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran pajak secara *online* memiliki pengaruh signifikan terhadap *digital literacy* wajib pajak badan. Namun, pembayaran pajak secara *online* tidak memiliki pengaruh signifikan langsung terhadap kepuasan wajib pajak badan. Selanjutnya, *digital literacy* terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak badan. Selain itu, pembayaran pajak secara *online* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wajib pajak badan melalui mediasi *digital literacy*. *Digital literacy* berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara pembayaran pajak secara *online* dengan kepuasan wajib pajak.

Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya peningkatan *digital literacy* bagi wajib pajak badan, serta perbaikan infrastruktur digital dan akses internet, terutama di daerah yang terbatas. Pemerintah disarankan melakukan sosialisasi regulasi pajak melalui media digital dan *workshop* yang berkelanjutan untuk memastikan wajib pajak dapat beradaptasi dengan sistem pembayaran pajak secara *online*. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan sektor industri yang lebih beragam dan mempertimbangkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan wajib pajak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, L. L. F. (2016). Efektivitas Sistem Pembayaran Pajak Daerah *Online* dalam Peningkatan Pendapatan Daerah Kota Cirebon. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24235/jm.v4i2.1284.g948>
- Anisa, R., & Suprajitno, D. (2020). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Wajib Pajak terhadap Penggunaan *E-Filing* Bagi Wajib Pajak di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 595–609. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.644>
- Asari, A., Zulkarnaini, Z., Hartatik, H., Anam, A. C., Suparto, S., Litamahuputty, J. V., & Sukwika, T. (2023). *Pengantar statistika*. PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.
- Badan Pendapatan Daerah Kota Malang. (2020). *Survey Kepuasan Masyarakat (SKM) Badan Pendapatan Daerah Kota Malang Tahun 2020*. <https://bapenda.malangkota.go.id/wp-content/uploads/2021/05/Summary-SKM-Tahun-2020-semester-1.pdf>
- Bandiyono, A., & Septiana, B. F. (2018). Pelaksanaan E-Billing Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak. *Jurnal Kebijakan Publik*, 9(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31258/jkp.v9i1.6009>
- Damayanti, T. W., Sambara, J. L., Harijanto, G. S., Aditya, O. S. G., Santoso, H. T., Noreen, C. A., & Soelistono, S. (2020). Pemanfaatan E-Billing untuk Pembayaran Pajak: Pendampingan Usaha Restoran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24246/jms.v1i12020p25-31>
- Hama, A. (2023). Analisis Kesadaran Pajak dan Efektivitas E-Filing terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi. *COMSERVA Indonesian Journal of Community Services and Development*, 2(09), 1783–1794. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i09.556>
- Hartley, J. (2017). *The Uses of Digital Literacy* (1st ed.). Taylor & Francis. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781351302081>
- Jones, R. H., & Hafner, C. A. (2021). *Understanding Digital Literacies* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003177647>
- Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Pajak. (2022). *Pengertian Pajak*. Direktorat Jenderal Pajak. <https://pajak.go.id/id/pajak>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, & Direktorat Jenderal Pajak. (2021). *Laporan Tahunan 2021: Berkontribusi Bersama dalam Pemulihan Ekonomi Nasional*. [https://pajak.go.id/sites/default/files/2022-11/Laporan Tahunan DJP 2021 - Bahasa.pdf](https://pajak.go.id/sites/default/files/2022-11/Laporan_Tahunan_DJP_2021_-_Bahasa.pdf)
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, & Universitas Padjajaran. (2020). *Survei Kepuasan Pengguna Layanan Kementerian Keuangan Republik Indonesia Tahun*

2020. <https://djpk.kemenkeu.go.id/wp-content/uploads/2021/03/SPKL-2020-1.pdf>
- Keshavarz, B. K. (2018). *Understanding Customer Satisfaction: A Guide to Measuring and Improving Customer Experience*. Business Expert Press.
- KOMINFO. (2022). *Status Literasi Digital di Indonesia 2022*. <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/ReportSurveiStatusLiterasiDigitalIndonesia2022.pdf>
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lovelock, C. H., & Wright, H. L. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Bahasa Indonesia*. PT. Indeks.
- Nilamsari, M. D. P., Widjaja, A. A., & Matitaputty, S. J. (2020). Pengukuran Kesiapan Literasi Digital Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap Pelaporan Pajak Elektronik. *Perspektif Akuntansi*, 3(1), 61–83. <https://doi.org/10.24246/persi.v3i1.p61-83>
- Nurhayati, M. D. R. N. (2023). Pengaruh Modernisasi Administrasi Pajak terhadap Kepuasan Wajib Pajak dengan Kualitas Pelayanan Pajak sebagai Variabel Intervening. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 3(1), 351–358. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/bcsa.v3i1.6380>
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). Routledge.
- Pietersz, J. J., Picauly, B. C., Widaryanti, Katili, A. Y., Ririhena, M. Y., Ferayani, M. D., Dewi, M. S., Faisol, M., Kurniati, N., Sandra, A., Wicaksono, G., Said, H. S., Zulma, G. W. M., Suropto, & Koerniawati, D. (2021). *Perpajakan Teori dan Praktik* (1st ed.). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/345019-perpajakan-teori-praktik-4dfeed84.pdf>
- Pinatuli, R. F. (2023). *Metode Penelitian Sosial, Panduan Lengkap, Tips, Trik, Teknik, Praktik* (R. R. Rerung (ed.)). Penerbit Media Sains Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2023 tentang Bank Indonesia, Pub. L. No. 23, 2 (2023). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/240203/uu-no-4-tahun-2023>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pascal Books. <https://lemlit.unpas.ac.id/wp-content/uploads/2022/02/Metode-Penelitian-Kuantitatif.pdf>
- Putra, R. J., & Risti, C. A. M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pemanfaatan Financial Technology terhadap Kepatuhan Pajak Pebisnis *Online* yang Dimoderasi Digitalisasi Perpajakan. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(3), 1574–1583. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.951>

- Salsabila, O. D., & Kumala, R. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Transparansi Perpajakan sebagai Upaya Peningkatan Kepercayaan Publik (Studi Kasus Wajib Pajak KPP Pratama Cibitung). *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2(4), 446–453. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMAIP/article/view/2951/1388>
- Siham, Y., & Meirinawati. (2019). Kualitas Pelayanan Pajak *Online* E-Billing di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sidoarjo Barat. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 7(8). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/publika.v7n8.p%25p>
- Suriyati, Lannai, D., & Junai, A. (2022). Analisis Penerapan Sistem Elektronik (*Online*) Pajak dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Makassar Barat. *Journal of Accounting Finance (JAF)*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.33096/jaf.v3i2.934>
- Suryani, I. L. (2020). *Perpajakan Digital* (A. Raras (ed.); 1st ed.). Lautan Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=aRgFEAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Syarifudin, A. (2018). *PERPAJAKAN: Menghitung Pajak Pribadi, Badan dan Usahawan dalam Sudut Pandang Analisa Undang-Undang di Indonesia* (Mispiananti (ed.)). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa. [http://eprints.universitaspuputrabangsa.ac.id/id/eprint/729/1/Buku\\_Ajar\\_Perpajakan\\_-\\_A.\\_Syarifudin,\\_S.E.,\\_M.Si.\\_Uk.\\_A4\\_FIX.pdf](http://eprints.universitaspuputrabangsa.ac.id/id/eprint/729/1/Buku_Ajar_Perpajakan_-_A._Syarifudin,_S.E.,_M.Si._Uk._A4_FIX.pdf)
- Utomo, G. S., Titisari, K. H., & Wijayanti, A. (2020). Pengaruh Kualitas E-Government terhadap Kepuasan Pengguna E-Filing: Studi Kasus Wajib Pajak di Surakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.31289/jab.v6i1.2752>
- Vientiany, D., Chairani, M., Imaniah, M., & Nurhidayah. (2024). Tantangan dan Peluang dalam Implementasi Sistem Pajak *Online* di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 1(4), 734–745. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jinu.v1i4.1895>
- Wiesinger, S., & Beliveau, R. (2016). *Digital Literacy: A Primer on Media, Identity, and the Evolution of Technology* (New editio). Peter Lang Inc., International Academic Publishers.
- Wijaya, H. A., Utoyo, B., & Sulistio, E. B. (2022). Pengaruh Pembayaran Pajak secara *Online* terhadap Kepuasan Wajib Pajak (Studi KPP Kedaton Bandar Lampung Tahun 2020). ... dan *Pelayanan Publik*, 4(2), 393–413. <https://doi.org/https://doi.org/10.23960/administrativa.v4i2.203>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2016). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (Third Euro). MC Graw Hill Education. [https://books.google.co.id/books?id=GMsvEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_vpt\\_read#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=GMsvEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_vpt_read#v=onepage&q&f=false)
- Zubaidah, E., & Lubis, E. F. (2021). Inovasi Layanan Aplikasi E Samsat dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor di Provinsi Riau. *Jurnal Niara*, 14(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/niara.v14i2.5216>