

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Penelitian kuantitatif digunakan karena bertujuan untuk mengukur sejauh mana hubungan atau pengaruh antara variabel-variabel yang telah ditentukan, yaitu :

- $X_1$  = Kesadaran Pajak
- $X_2$  = Sosialisasi Perpajakan
- $Y$  = Kepatuhan Perpajakan

Pendekatan asosiatif kausal digunakan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antar variabel. Penelitian ini tidak hanya menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen), tetapi juga menguji arah pengaruh dan besar kontribusi dari masing-masing variabel independen terhadap kepatuhan perpajakan (Y).

Menurut Sugiyono (2019), penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar dua variabel atau lebih, serta menjelaskan apakah satu variabel dapat menyebabkan perubahan pada variabel lainnya.

Penelitian ini bersifat eksplanatif, yaitu menejaskan fenomena yang terjadi berdasarkan data numerik dan analisis statistik. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert kepada

responden yang tergolong dalam Generasi z dan telah terpapar sosialisasi perpajakan.

## **B. Variabel dan Pengukurannya**

Penelitian ini menggunakan tiga variabel utama, yaitu dua variabel independen (X1 dan X2) dan satu variabel dependen (Y). Penjelasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

### **1. Variabel Independen**

#### 1.1. Kesadaran Pajak (X1)

Variabel ini mengukur tingkat kesadaran responden sebagai wajib pajak terhadap pentingnya memenuhi kewajiban perpajakan. Indikator yang digunakan meliputi :

1. Pemahaman tentang pentingnya pajak bagi negara
2. Kemauan membayar pajak tanpa paksaan
3. Persepsi terhadap kewajiban moral membayar pajak
4. Kepedulian terhadap fungsi pajak dalam pembangunan
5. Partisipasi aktif dalam edukasi atau kampanye perpajakan

Berdasarkan indikator dari Rachmawati & Setiawan (2020),

Devos (2019), dan Zikrulloh (2023).

#### 1.2. Sosialisasi Perpajakan (X2)

Variabel ini mengukur sejauh mana proses penyampaian informasi perpajakan dilakukan kepada wajib pajak generasi Z melalui berbagai media. Indikator yang digunakan meliputi :

1. Frekuensi penerimaan informasi perpajakan

2. Media yang digunakan (media sosial, seminar, aplikasi pajak digital)
3. Keterlibatan responden dalam kegiatan edukasi perpajakan
4. Pemahaman terhadap isi sosialisasi

Disusun berdasarkan referensi dari Handayani & Supriyati (2022) dan Kusumawardani (2021).

## **2. Variabel Dependen**

### 2.1. Kepatuhan Perpajakan (Y)

Variabel ini mengukur tingkat kepatuhan atau konsistensi otoritas pajak dalam melaksanakan sosialisasi perpajakan kepada masyarakat, terutama generasi Z. Aspek yang dapat diukur antara lain :

1. Ketepatan waktu pelaksanaan sosialisasi
2. Keakuratan dan kejelasan informasi yang disampaikan
3. Konsistensi penyampaian materi
4. Profesionalisme petugas pajak dalam menyampaikan sosialisasi

Indikator ini disusun berdasarkan kajian dari DJP (2023) dan Supriyadi & Yustisia (2020).

## **3. Skala Pengukuran**

Untuk mengukur semua variabel diatas, digunakan skala Likert 5 poin, dengan kategori sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran**

Skor	Kategori Jawaban
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak setuju

Setiap indikator dijabarkan dalam bentuk pernyataan dalam kuesioner yang kemudia akan dihitung untuk memperoleh skor total masing-masing variabel.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2022), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi berfungsi sebagai dasar untuk menentukan sampel penelitian yang akan mewakili keseluruhan karakteristik dari kelompok yang diteliti.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Bogor. Generasi Z didefinisikan sebagai kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang pada saat ini berada pada rentang usia

sekitar 13 hingga 28 tahun. Kelompok ini dianggap penting dalam konteks perpajakan karena merupakan calon wajib pajak potensial yang akan berperan dalam penerimaan negara di masa mendatang. Populasi Generasi Z di Kota Bogor terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda yang memiliki akses tinggi terhadap teknologi serta informasi digital. Karakteristik ini menjadikan Generasi Z sebagai target strategis dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak melalui pendekatan sosialisasi perpajakan berbasis digital dan interaktif.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bogor, jumlah penduduk usia 15–29 tahun (yang termasuk dalam kategori Generasi Z) mencapai lebih dari 100.000 jiwa. Oleh karena itu, jumlah populasi penelitian ini tergolong besar, sehingga penentuan ukuran sampel dilakukan dengan pendekatan rumus Slovin untuk memperoleh jumlah responden yang representatif.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dan dijadikan subjek penelitian. Mengingat luasnya populasi dan keterbatasan waktu sumber daya, maka dilakukan pengambilan sampel sebagai representasi dari populasi Generasi Z, penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

$$n = \text{jumlah sampel}$$

$N$  = jumlah populasi (diperkirakan atau disesuaikan dengan data sekunder)

$e$  = margin of error (dalam penelitian sosial biasanya 0,1 atau 10%)

Berikut perhitungan rumus slovin pada penelitian ini:

$$n = \frac{100.000}{1 + 100.000 (0.057)^2} = 302$$

Jadi, nilai  $e = 5,7\%$  masih dalam batas toleransi kesalahan yang diterima dalam penelitian sosial (5–10%).

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan populasi Generasi Z di Kota Bogor dan tingkat kesalahan (e) sebesar 5,7%, diperoleh jumlah sampel sebanyak **302 responden**. Jumlah tersebut dianggap memadai untuk mewakili populasi dan memberikan hasil penelitian yang akurat dan dapat digeneralisasikan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik ini dipilih karena peneliti menetapkan kriteria tertentu dalam pemilihan responden agar sesuai dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Termasuk dalam kategori Generasi Z (lahir antara tahun 1997–2012).
2. Berdomisili di Kota Bogor.
3. Memiliki pemahaman dasar mengenai pajak atau telah mendapatkan sosialisasi pajak, baik dari sekolah, kampus, media sosial, atau lembaga resmi perpajakan.

4. Bersedia menjadi responden penelitian.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner (angket). Kuisioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup menggunakan skala likert 5 poin, dimana responden diminta untuk memberikan tingkat persetujuan terhadap pernyataan yang diajukan mulai dari “Sangat Tidak Setuju” (1) hingga “Sangat Setuju” (5). Kuisioner terdiri dari beberapa bagian, yaitu :

- Identitas Responden, berisi informasi umum seperti usia, jenis kelamin, status pekerjaan, kepemilikan NPWP.
- Pertanyaan Berdasarkan Variabel Penelitian, yang mencakup :

X1 : Kesadaran Pajak

X2 : Sosialisasi Perpajakan

Y : Kepatuhan Perpajakan

Instrumen kuisioner akan diuji terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan realibilitas untuk memastikan bahwa instrumen dapat mengukur variabel yang dimaksud secara akurat dan konsisten.

Selain kuisioner, data primer juga digunakan untuk mendukung analisis misalnya berupa jawaban-jawaban dari responden yang sudah mengisi 27 pertanyaan beserta identitas responden yang diperlukan.

#### **E. Definisi Operasional dan Indikator Variabel**

Definisi operasional adalah penjelasan mengenai bagaimana suatu variabel penelitian diukur, diamati, atau diidentifikasi dalam konteks

penelitian. Dengan kata lain, definisi operasional menguraikan langkah-langkah konkret yang dilakukan peneliti agar variabel yang sifatnya abstrak (misalnya *kepatuhan pajak, kesadaran, motivasi*) bisa diukur secara jelas dan konsisten.

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

Nama Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
X1: Kesadaran Pajak	Tingkat pemahaman, sikap, dan kemauan individu untuk memenuhi kewajiban pajaknya berdasarkan kesadaran pribadi sebagai warga negara.	1. Pemahaman pentingnya pajak 2. Kemauan membayar pajak secara sukarela 3. Tanggung jawab moral sebagai warga negara 4. Kesadaran terhadap fungsi pajak dalam pembangunan 5. Partisipasi dalam edukasi atau kampanye pajak.	Rachmawati & Setiawan (2020); Devos (2019); Zikrulloh (2023)
X2: Sosialisasi Perpajakan	Proses penyampaian informasi dan edukasi perpajakan kepada masyarakat, khususnya Generasi Z, melalui berbagai media dan pendekatan yang sesuai.	1. Frekuensi menerima informasi pajak 2. Media yang digunakan (sosial media, webinar, aplikasi, dll) 3. Kualitas dan daya tarik konten 4. Keterlibatan dalam kegiatan edukatif 5. Kemudahan akses informasi	Handayani & Supriyati (2022); Kusumawardani (2021); Zikrulloh (2023)
Y : Kepatuhan Perpajakan	Tingkat kesesuaian	1. Ketepatan waktu pelaksanaan	Supriyadi & Yustisia (2020);

	<p>pelaksanaan sosialisasi pajak oleh otoritas dengan prinsip akurasi, profesionalisme, dan standar komunikasi publik.</p>	<p>sosialisasi</p> <p>2. Konsistensi penyampaian informasi</p> <p>3. Keakuratan dan kelengkapan isi materi</p> <p>4. Profesionalisme petugas pajak</p> <p>5. Kepatuhan terhadap pedoman resmi sosialisasi</p>	<p>Direktorat Jenderal Pajak (2023)</p>
--	--	---	---

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuisioner tertutup, yaitu daftar pernyataan yang diberikan kepada responden untuk memperoleh data mengenai variabel bebas dan variabel terkait. Kuisioner disusun berdasarkan indikator ini dari masing-masing variabel sebagai berikut :

### 1. Variabel X1 : Kesadaran pajak

Variabel ini mengukur pemahaman dan sikap wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan. Indikator meliputi :

- Pemahaman akan fungsi dan manfaat pajak
- Kesadaran sebagai warga negara yang taat pajak
- Niat dan komitmen untuk memenuhi kewajiban perpajakan

### 2. Variabel X2 : Sosialisasi Perpajakan

Variabel ini mengukur efektivitas metode sosialisasi perpajakan yang digunakan indikatornya meliputi :

- Media dan sarana penyampaian informasi
  - Tingkat interaktivitas dan daya tarik konten
  - Kesesuaian pesan dengan karakteristik Generasi Z.
3. Variabel Y : Kepatuhan Perpajakan

Indikator dalam variabel ini mengacu pada ketepatan pelaksanaan sosialisasi oleh otoritas pajak, item pernyataan mencakup :

- Ketepatan waktu penyampaian informasi pajak
- Konsistensi dan keakuratan materi sosialisasi
- Kepatuhan terhadap standar komunikasi publik

## **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik, yaitu SPSS. Teknik yang digunakan meliputi:

- Uji Validitas, digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir pertanyaan dalam kuisioner benar-benar mengukur konstruk variabel yang dimaksud. Instrumen dikatakan valid jika setiap item pernyataan memiliki nilai korelasi r-hitung lebih besar dari r-tabel pada tingkat signifikansi 5%, uji ini dilakukan menggunakan korelasi pearson (Product Moment).  
(Sugiyono,2017)
- Uji Reliabilitas, untuk menguji konsistensi jawaban responden. Digunakan nilai Cronbach's Alpha dimana nilai  $> 0,60$  menunjukkan reliabilitas yang baik (Ghozali, 2018), dengan demikian, kuesioner yang valid dan reliable akan memberikan hasil pengukuran yang akurat.

- Analisis Deskriptif, digunakan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik responden serta tanggapan mereka terhadap setiap indikator dari variabel penelitian, dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS yaitu data analisis statistik deskriptif seperti nilai rata-rata (mean), standar deviasi, dan persentase frekuensi. Teknik ini membantu peneliti memahami distribusi dan kecenderungan jawaban responden terhadap variabel-variabel yang diteliti.
- Uji Asumsi Klasik, sebelum dilakukan regresi linier dilakukan pengujian asumsi klasik yang diantaranya :
  - Uji Normalitas, untuk menguji apakah data residual terdistribusi normal. Dapat dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov atau uji grafik P-P Plot.
  - Uji Multikolinearitas, untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel indpenden, jika nilai Tolerance > 0,10 dan VIF<10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
  - Uji Heteroskedastisitas, bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian dan residual dapat dilakukan menggunakan uji Glejser atau Scatterplot.
- Analisis Regresi Linier Berganda, untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y), digunakan rumus regresi linier berganda :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Kesadaran Perpajakan

$a$  = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisiensi dalam Sosialisasi Perpajakan

$X_1$  = Kepatuhan dalam Sosialisasi Perpajakan

$X_2$  = Sosialisasi Perpajakan

$e$  = Error (tingkat kesalahan)

- Uji Parsial (Uji t), digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Jika nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel dan nilai signifikan  $<$  0,005 maka pengaruhnya signifikan.
- Simultan (Uji F), digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Jika nilai  $F$ -hitung  $>$   $F$ -tabel dan signifikan  $<$  0,005 maka model regresi signifikan.
- Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), menunjukkan seberapa besar variasi variabel  $Y$  dapat dijelaskan oleh variabel  $X_1$  dan  $X_2$ . Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1. Semakin nilai  $R^2$ , maka semakin baik model regresi dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  mendekati 0 maka pengaruhnya tergolong lemah.

## H. Jadwal Penelitian

**Tabel 3.3**  
**Jadwal Penelitian**

Kegiatan Penelitian	Maret	April	Mei	Juni
Perencanaan Judul				
Penyusunan Bab 1-3				
Revisi Bab 1-3				
Sidang Proposal				
Revisi Sidang Proposal				

Kegiatan Penelitian	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
Perencanaan Judul							
Penyusunan Bab 1-3							
Revisi Bab 1-3							
Sidang Proposal							
Revisi Sidang Proposal							
Penyusunan Bab 4-5							
Revisi Bab 4-5							
Sidang Skripsi							