

LITERASI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN PAJAK GENERASI Z SEBAGAI CALON WAJIB PAJAK DENGAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Bella Vistyani Paramitha¹⁾, Bambang Ahmad Indarto²⁾

bellavp31@gmail.com¹⁾, bambangahmadindarto@unw.ac.id²⁾

^{1),2)}Universitas Ngudi Waluyo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan pajak Generasi Z sebagai calon wajib pajak dengan media sosial sebagai variabel moderasi. Penelitian dilakukan pada mahasiswa kelas karyawan Program Studi Akuntansi Perpajakan semester akhir di Kota Ungaran yang dinilai telah memiliki pemahaman dasar mengenai perpajakan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Penentuan sampel dilakukan secara purposive sampling, sedangkan data dianalisis menggunakan SPSS versi 23.0 melalui uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan dan pengalaman tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak mahasiswa. Sebaliknya, pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak. Secara simultan, literasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak. Namun, media sosial tidak mampu memoderasi hubungan antara literasi pajak dan kepatuhan pajak mahasiswa.

Kata Kunci: Literasi Pajak, Kepatuhan Pajak, Media Sosial, Generasi Z.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of tax literacy on tax compliance among Generation Z as prospective taxpayers, with social media as a moderating variable. The research was conducted on final-year working-class students of the Tax Accounting Study Program in Ungaran City, who are considered to have a basic understanding of taxation. This study employed a quantitative approach using a survey method through questionnaire distribution. The sample was selected using purposive sampling, and the data were analyzed using SPSS version 23.0 through classical assumption tests, multiple regression analysis, and moderation analysis. The results indicate that education and experience do not have a significant effect on students' tax compliance. In contrast, tax knowledge has a positive and significant effect on tax compliance. Simultaneously, tax literacy influences tax compliance. However, social media does not moderate the relationship between tax literacy and students' tax compliance.

Keywords: Tax Literacy, Tax Compliance, Social Media, Generation Z.

PENDAHULUAN

Kabupaten Semarang merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan sektor industri yang pesat di Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Semarang tahun 2024, terdapat 188 perusahaan industri besar dan sedang yang tersebar di berbagai kecamatan, dengan konsentrasi tertinggi di Kecamatan Bergas, Bawen, dan Pringapus. Perkembangan ini mendorong peningkatan penyerapan tenaga kerja, khususnya dari kalangan usia produktif muda yang didominasi oleh Generasi Z (Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang, 2024).

Menurut data sensus penduduk 2025 yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) dan dapat diakses di bps.go.id, Generasi Z kini menjadi kelompok demografis terbesar di Indonesia. Populasi Generasi Z diperkirakan sekitar 88,7 juta jiwa, atau kira-kira 31,2 % dari total penduduk. Sebagai generasi yang masih muda, Generasi Z diprediksi akan memberi dampak signifikan pada dinamika sosial, ekonomi, dan perubahan budaya (Pritama & Anggraini, 2026). Untuk menunjukkan posisi Generasi Z dibandingkan generasi lainnya, tabel berikut menyajikan data perbandingan jumlah penduduk berdasarkan generasi di Indonesia.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Menurut Klasifikasi Generasi Indonesia Tahun 2025

Klasifikasi Generasi	Post Generasi Z	Generasi Z	Milenial	Generasi X	Boomer	Pre Boomer
Jumlah Penduduk (jiwa)	44.708,1	88.786,6	64.595,1	52.404,5	27.972,3	5.972,3
Presentasi Populasi	15,7%	31,2%	22,7%	18,4%	9,8%	2,1%

Sumber : Data Pusat Statistik (*telah diolah penulis*)

Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997–2012, kini mulai mendominasi dunia kerja, termasuk sektor industri. Sebagai digital natives, Generasi Z sangat akrab dengan teknologi dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Namun, tingginya partisipasi kerja Generasi Z belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman yang memadai mengenai aspek ketenagakerjaan dan perpajakan (Armeli & Samsiah, 2025). Banyak pekerja muda yang telah menerima penghasilan, tetapi belum memahami bahwa penghasilan tersebut

merupakan objek Pajak Penghasilan (PPh), sehingga berpotensi menimbulkan rendahnya tingkat kepatuhan pajak (Pratama, A., & Wardani, 2021).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa literasi pajak berperan penting dalam membentuk kepatuhan wajib pajak. Namun, temuan empiris juga mengungkapkan bahwa tingkat literasi pajak generasi muda, termasuk mahasiswa dan pekerja awal, masih tergolong rendah (Nasikhah & Slamet, 2023). Di sisi lain, meskipun media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana edukasi perpajakan, pemanfaatannya belum tentu efektif dalam meningkatkan kepatuhan pajak.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan antara potensi Generasi Z sebagai kelompok usia produktif dan tingkat literasi serta kepatuhan pajak yang dimiliki. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan pajak Generasi Z sebagai calon wajib pajak dengan media sosial sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris baru terkait peran literasi pajak dan efektivitas media sosial dalam meningkatkan kepatuhan pajak di kalangan Generasi Z.

Kerangka Teoritis

Theory Of Planned Behavior

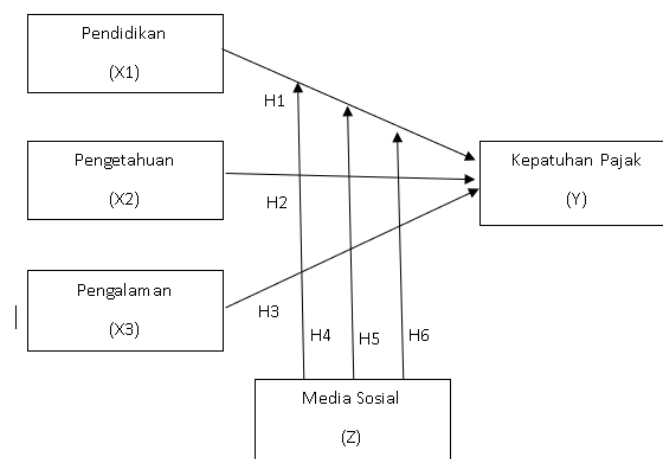
Teori Perilaku Terencana atau *Theory Of Planned Behavior* diperkenalkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1988, sebagai pengembangan dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA). Ajzen berpendapat bahwa tidak semua perilaku dapat dijelaskan hanya melalui niat (*intention*), karena terdapat faktor kendali yang membatasi seseorang dalam bertindak. *Theory Of Planned Behavior* relevan dengan penelitian ini karena menekankan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat, dan niat terbentuk dari tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Pada penelitian ini, literasi pajak Generasi Z dikaitkan dengan komponen sikap terhadap perilaku. Karena semakin tinggi literasi pajak yang dimiliki, maka semakin positif pula sikap mereka terhadap kewajiban perpajakan, sehingga kecenderungan untuk patuh akan meningkat (Widuri et al., 2025).

Uses and Gratification Theory

Uses and Gratifications Theory (UGT) merupakan suatu teori yang tepat, karena sebagian besar Generasi Z aktif menggunakan media sosial sebagai sumber utama untuk

memperoleh informasi, termasuk terkait perpajakan (Asqolani, Satria Adhitama, 2024). Generasi muda yang bekerja di kawasan industri seperti Bergas, Bawen, dan Pringapus cenderung lebih sering mengakses platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk mencari hiburan maupun informasi ringan yang mudah dipahami. Namun, jika dilihat dari sisi edukatif, pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan literasi pajak masih tergolong rendah. Banyak dari mereka yang lebih memilih konten bersifat afektif seperti hiburan dan gaya hidup, dibanding konten kognitif yang memberikan pengetahuan baru seputar kewajiban perpajakan (Pritama & Anggraini, 2023)

Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, literasi pajak yang terdiri dari pendidikan, pengetahuan, dan pengalaman diduga berpengaruh terhadap kepatuhan pajak. Selain itu, media sosial dipandang berpotensi memperkuat hubungan antara literasi pajak dan kepatuhan pajak Generasi Z. Oleh karena itu, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

- H1 : Pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z
- H2 : Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z
- H3: Pengalaman berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z
- H4: Media Sosial mampu memoderasi pendidikan, pengetahuan dan pengalaman terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian (Sugiyono, 2020) . Kuesioner disebarakan secara langsung dan daring (Google Form) kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Lokasi penelitian berada di Kota Ungaran, Kabupaten Semarang, dengan subjek penelitian mahasiswa kelas karyawan Program Studi Akuntansi Perpajakan Universitas Ngudi Waluyo. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa kelas karyawan program studi tersebut pada tahun akademik 2024/2025.

Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Sampel penelitian berjumlah 40 responden, dengan kriteria mahasiswa yang sedang atau telah menempuh mata kuliah perpajakan.

Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2020) variabel merupakan ciri, sifat atau karakteristik yang dimiliki oleh individu maupun kelompok yang bisa diukur dan diamati, serta menunjukkan adanya perbedaan nilai antar subjek penelitian.

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
Pengetahuan (X1)	Tingkat pemahaman seseorang terhadap informasi atau konsep perpajakan, termasuk aturan, prosedur, serta hak dan kewajiban wajib pajak.	a. Pemahaman terhadap fungsi dan tujuan pajak b. Pemahaman tentang peraturan perpajakan c. Pemahaman cara menghitung, membayar dan melaporkan pajak d. Pengetahuan dan manfaat kepatuhan pajak
Pendidikan (X2)	Proses pembelajaran formal maupun nonformal yang meningkatkan kemampuan seseorang dalam memahami dan menerapkan konsep perpajakan	a. Tingkat pendidikan terakhir b. Keikutsertaan dalam pelatihan atau sosialisasi pajak c. Materi pajak dalam pembelajaran d. Pengaruh lingkungan pendidikan terhadap kesadaran pajak
Pengalaman (X3)	Pengalaman langsung maupun tidak yang diperoleh individu melalui	a. Pengalaman mengisi dan melaporkan SPT

	kegiatan yang berkaitan dengan administrasi atau praktik perpajakan	b. Pengalaman membantu orang lain dalam urusan pajak
Kepatuhan Pajak (Y)	Tingkat kesadaran dan kemauan individu untuk melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai ketentuan yang berlaku	a. Kepatuhan dalam menghitung pajak terutang b. Ketetapan waktu pembayaran pajak c. Ketetapan waktu pelaporan pajak d. Pengaruh media sosial terhadap kepatuhan pajak
Media Sosial (Z)	Platform digital yang digunakan untuk mencari, berbagi, dan memperoleh informasi mengenai perpajakan, yang dapat mempengaruhi pemahaman dan sikap terhadap kepatuhan pajak.	a. Akses terhadap konten edukasi pajak b. Tingkat kepercayaan terhadap informasi pajak di media sosial c. Pengaruh media sosial terhadap sikap kepatuhan pajak

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas dilakukan dengan melihat nilai korelasi antara skor item dengan skor total variabel pada tingkat signifikansi 5% dengan nilai r-tabel sebesar 0,338 ($n = 34$). Hasil pengujian menunjukkan bahwa sebagian besar item pernyataan pada variabel pendidikan, pengetahuan, pengalaman, kepatuhan pajak, dan media sosial memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel serta nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga dinyatakan valid. Namun, beberapa item yang tidak memenuhi kriteria validitas dikeluarkan dari analisis lanjutan agar hasil pengukuran lebih akurat.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha untuk menilai konsistensi instrumen penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Variabel pendidikan, pengetahuan, pengalaman, kepatuhan pajak, dan media sosial masing-masing menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan andal dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Hasil Uji Normalitas dengan Statistik Kolmogorov – Sminov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,35960802
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,088
	Negative	-,107
Test Statistic		,107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov–Smirnov, yang telah disajikan dalam tabel 4.7, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang nilainya lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.664	9.637		.380	.706
X1	.127	.209	.122	.607	.548
X2	.462	.187	.453	2.470	.019
X3	.310	.175	.298	1.776	.086

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 3,664 menggambarkan tingkat dasar kepatuhan pajak ketika variabel pendidikan, pengetahuan, dan pengalaman dianggap konstan. Variabel pendidikan memiliki koefisien positif sebesar 0,127, namun pengaruhnya tidak signifikan terhadap kepatuhan pajak. Pengetahuan perpajakan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien sebesar 0,462, yang

menandakan bahwa peningkatan pengetahuan berkontribusi nyata dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Sementara itu, pengalaman memiliki koefisien positif sebesar 0,310, tetapi belum menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Parsial (Uji T)

**Tabel 4. 11 Hasil Uji T- Test
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.664	9.637		.380	.706
X1	.127	.209	.122	.607	.548
X2	.462	.187	.453	2.470	.019
X3	.310	.175	.298	1.776	.086

Berdasarkan hasil Uji T pada Tabel 4.11, variabel Pendidikan (X1) memiliki nilai signifikansi 0,548 sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak, yang berarti Tingkat Pendidikan responden tidak cukup kuat mempengaruhi perilaku kepatuhan pajak mereka.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	648.930	3	216.310	16.945	.000 ^b
Residual	382.952	30	12.765		
Total	1031.882	33			

Berdasarkan hasil Uji F pada Tabel 4.12, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 16.945 dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel pendidikan (X1), pengetahuan (X2), dan pengalaman (X3) bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak.

Hasil Uji MRA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4324762356.845	860406913.680		5.026	.000
X1*m	.060	.070	.165	.860	.397
X2*m	-.045	.067	-.123	-.668	.509
X3*m	-.065	.082	-.149	-.792	.434

Berdasarkan hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA), media sosial tidak berperan sebagai variabel moderasi pada hubungan antara pendidikan, pengetahuan, maupun pengalaman dengan kepatuhan pajak. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi pada ketiga variabel interaksi (X1M, X2M, dan X3M) yang semuanya berada di atas 0,05. Dengan demikian, keberadaan media sosial tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh ketiga variabel independen tersebut terhadap kepatuhan pajak mahasiswa.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan formal tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan belum tentu mendorong perilaku patuh pajak, karena Generasi Z cenderung memperoleh informasi perpajakan dari sumber nonformal seperti media digital dan lingkungan kerja. Hasil ini sejalan dengan Salsabila & Rahmat Kurniawan, (2019) namun berbeda dengan Nugrahani & Suryaningsum, (2023) yang menekankan peran kesadaran dan pelayanan pajak.

Sebaliknya, pengetahuan pajak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan pajak. Semakin tinggi pemahaman mengenai aturan, tarif, dan kewajiban perpajakan, semakin tinggi tingkat kepatuhan. Temuan ini mendukung penelitian (Armel & Samsiah, 2025) serta Nindi et al. (2025) yang menegaskan bahwa pengetahuan menjadi faktor utama pembentuk kepatuhan pajak Generasi Z.

Pengalaman tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak, yang dapat dijelaskan karena sebagian besar responden belum memiliki pengalaman perpajakan yang

memadai. Hal ini sejalan dengan Nugrahani dan Suryaningsum (2023) yang menyatakan bahwa pengalaman bukan faktor dominan bagi generasi muda.

Hasil uji moderasi menunjukkan bahwa media sosial tidak mampu memperkuat hubungan antara literasi pajak dan kepatuhan pajak. Media sosial lebih berperan sebagai sumber informasi tambahan, bukan sebagai faktor yang secara langsung mempengaruhi perilaku kepatuhan pajak. Efektivitas media sosial sangat bergantung pada kualitas dan kedalaman konten edukasi perpajakan yang disajikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan pajak Generasi Z sebagai calon wajib pajak tidak sepenuhnya ditentukan oleh pendidikan formal. Pendidikan yang bersifat umum dan teoritis belum mampu mendorong terbentuknya perilaku patuh pajak. Sebaliknya, pengetahuan perpajakan terbukti menjadi faktor kunci yang berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak. Pemahaman yang baik mengenai aturan, prosedur, dan kewajiban perpajakan mendorong kesadaran mahasiswa untuk bersikap patuh.

Pengalaman perpajakan belum menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepatuhan pajak, yang mengindikasikan bahwa keterbatasan pengalaman praktis pada Generasi Z menyebabkan faktor ini belum berperan optimal. Meskipun secara parsial terdapat perbedaan pengaruh, secara simultan pendidikan, pengetahuan, dan pengalaman tetap berkontribusi dalam membentuk kepatuhan pajak sebagai satu kesatuan literasi perpajakan.

Hasil uji moderasi menunjukkan bahwa media sosial tidak mampu memperkuat hubungan antara literasi perpajakan dan kepatuhan pajak. Media sosial cenderung berfungsi sebagai sumber informasi tambahan, namun belum efektif membentuk perubahan perilaku kepatuhan pajak. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kepatuhan pajak Generasi Z lebih membutuhkan pemahaman substansial daripada sekadar paparan informasi digital.

Implikasi dan Saran

Penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kepatuhan pajak Generasi Z perlu difokuskan pada penguatan pengetahuan perpajakan yang aplikatif. Perguruan tinggi diharapkan dapat mengintegrasikan pembelajaran pajak berbasis praktik dan studi kasus. Bagi

instansi perpajakan, strategi edukasi sebaiknya diarahkan pada penyampaian materi yang sederhana, terstruktur, dan berbasis kebutuhan generasi muda.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan variabel lain seperti kesadaran pajak, persepsi kemudahan, atau kualitas layanan perpajakan, serta mengkaji kembali peran media sosial dengan indikator kualitas konten dan intensitas edukasi. Pengembangan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor pembentuk kepatuhan pajak di kalangan Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., Indarto, B. A., & Jayanti, F. D. (2023). Pengaruh pengetahuan pajak, tarif pajak, sanksi pajak, tax amnesty dan program pengungkapan sukarela terhadap kepatuhan pajak karyawan ahas di Kabupaten Semarang. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 13-24.
- Armel, R. S., & Samsiah, S. (2025). *Pengaruh Literasi Pajak , Moral Pajak Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Digitalisasi Pajak Sebagai Moderasi*. 7(2), 1–16.
- Asqolani, Satria Adhitama, B. J. (2024). *ERA BARU PROGRAM RELAWAN PAJAK : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang. (2024). *Direktori Industri Besar dan Sedang Kabupaten Semarang 2024*.
- Nasikhah, A., & Slamet, A. (2023). *Dampak literasi keuangan dan budaya pajak terhadap kepatuhan pajak dengan digitalisasi perpajakan sebagai variabel moderasi*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 112–126.
- Nindi, Isnaniati, S., Mochwahyudi, & Nur Rahmaati. (2025). *berpotensi besar memengaruhi kesadaran mereka terhadap*. 10(9).
- Nugrahani, R., & Suryaningsum, S. (2023). *Pengaruh Kesadaran , Pengetahuan Perpajakan , Pelayanan Fiskus , dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. 21(1), 155–172.
- Pratama, A., & Wardani, D. K. (2021). *Pengaruh literasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak generasi muda*. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 5(2), 87–98.
- Pritama, D. S., & Anggraini, D. I. (2026). *Analisis Efektivitas Media Sosial sebagai Instrumen Edukasi Pajak terhadap Generasi Milenial dan Gen Z*. 3(1), 86–94.

- Salsabila, I., & Rahmat Kurniawan. (2019). *Pengaruh tingkat literasi perpajakan, persepsi perpajakan, dan digitalisasi sistem perpajakan terhadap niat patuh pajak pada generasi z*. 1(3), 92–109.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widuri, A., Thamrin, M., Satoto, E. B., & Qomariah, N. (2025). *Taxpayer Compliance In The Perspective Of The Theory Of Planned Behavior With The Intention To Pay Land Tax As A Mediation Variable*. 13(3), 2445–2456.