

PENGARUH PERSEPSI PENGGUNAAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP PENGGUNAAN E-FILLING

Edy Susanto

edysusanto@umi.ac.id

Nurinayah Jimad

nurinayah.jimad@gmail.com

**Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Indonesia**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap penggunaan e-filling. Penelitian ini dilakukan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan. Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu dengan cara melakukan penelitian langsung dilapangan dengan memberikan kuesioner/lembar pertanyaan kepada 39 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: secara parsial, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan e-filling.

Kata kunci : *persepsi; kegunaan; kemudahan; sikap; e-filling*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of the perception of the use of Technology Acceptance Model (TAM) on the use of e-filling. This research was conducted at the Pratama Tax Office (KPP) of South Makassar. This study uses primary data, namely by conducting research directly in the field by giving questionnaires / question sheets to 39 respondents. The data analysis method used is multiple regression analysis. The results of this study indicate that: partially, perceptions of usability, perceived ease, and attitude have a positive and significant influence on the use of e-filling.

Keywords: perception; usability; convenience; attitude; e-filling

A. LATAR BELAKANG

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara terbesar. dan berperan dalam kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Akan tetapi yang terjadi adalah jumlah penerimaan pajak yang disampaikan masih belum terlalu jelas kebenarannya. Hal ini disebabkan oleh karena Sistem Model Penerimaan Negara (MPN) yang merupakan

suatu sistem informasi di Departemen Keuangan yang mengintegrasikan penerimaan Direktorat Jendral Pajak (DJP), Direktorat Jenderal Bea Cukai, serta pengeluaran Direktorat Jenderal Anggaran belum solid (Wiyono, 2008).

Berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan berdampak pada pola perkembangan dan kemajuan bidang kearsipan yang semakin baik. Kemajuan teknologi modern khususnya bidang elektronika, membawa kemudahan dalam melaksanakan tugas-tugas kearsipan bagi kantor-kantor yang memerlukan pelayanan yang cepat dan memiliki volume arsip yang cukup banyak, penggunaan sarana tersebut akan sangat membantu mempercepat proses pengelolaan arsip. Masalah kearsipan menjadi begitu penting dan sangat berpengaruh signifikan ketika berhadapan dengan suatu sistem bisnis dengan data dan dokumen yang banyak sementara disisi lain terdapat sistem kearsipan yang kurang mendukung terutama dari sumber daya manusia dan alat atau perlengkapan yang mendukung kedalam kearsipan. Teknologi kearsipan yang lebih canggih yaitu arsip elektronik yang telah digunakan oleh berbagai instansi-instansi dan juga pelaku bisnis termasuk departemen keuangan dan perpajakan.

Begitu besarnya peran pajak dalam APBN, maka usaha untuk meningkatkan penerimaan pajak terus dilakukan oleh pemerintah yang dalam hal ini merupakan tugas Direktorat Jenderal Pajak (Sudirman, S., & Muslim, M. 2018). Sesuai ketentuan perpajakan yang ada, system pemungutan pajak yang di anut di Indonesia adalah self assessment yaitu masyarakat mendaftarkan sendiri sebagai wajib pajak selanjutnya menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak penghasilan terutang. Sedangkan salah satu fungsi Direktorat Jendral Pajak menurut ketentuan undang-undang perpajakan adalah melakukan pengawasan terhadap masyarakat (Hamzah, M. F., *et al.*, 2018)

Setelah sukses dengan program e-SPT kemudian Direktorat Jenderal Pajak mengeluarkan kembali surat keputusan KEP-05/PJ/2005 yang ditetapkan pada tanggal 12 Januari 2005 tentang Tata Cara Penyampaian SPT secara elektronik (e-filling) Melalui Perusahaan Penyedia Jasa Aplikasi (ASP). Namun pada tanggal 16 Desember 2008 Direktorat Jenderal Pajak merevisi kembali dalam Peraturan DJP Nomor 47/PJ/2008 dimana peraturan-peraturan sebelumnya dinyatakan dicabut dan tidak berlaku setelah diberlakukannya peraturan ini yaitu tanggal 1 Maret 2009. *E-filling* adalah sarana pelaporan pajak secara online dan realtime menggunakan media internet dengan melalui penyedia layanan aplikasi atau Application Service Provider (Wiyono, 2008). Dengan demikian menggunakan e-filling maka lebih mudah dalam menyampaikan SPT ataupun permohonan perpanjangan SPT tahunan

tanpa harus datang ke kantor pajak untuk menyampaikan hardcopy SPT termasuk induk SPT dan SSP nya serta teknis pengisian e-SPT. e-filling juga membantu karena ada media pendukung dari Penyedia Jasa Aplikasi (ASP) yang akan membantu dalam 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu. Dengan begitu, sistem e-filling ini dirasa lebih efektif dan efisien.

Tujuan utama *e-filling* adalah untuk meningkatkan pelayanan kepada publik dengan memfasilitasi pelaporan SPT secara elektronik melalui media internet kepada wajib pajak. Hal ini akan membantu memangkas biaya dan waktu yang dibutuhkan oleh Wajib Pajak untuk mempersiapkan, memproses, dan melaporkan SPT ke kantor pajak secara benar dan tepat waktu (Titis, 2011). Dengan cara e-filling ini maka pelaporan pajak dapat dilakukan dengan dengan cepat, mudah, dan aman. Setiap SPT yang dikirimkan akan di enkripsi sehingga terjamin kerahasiaannya. Pihak-pihak yang tidak berkepentingan tidak akan dapat mengetahui isi dari SPT tersebut.

Saat ini penggunaan *e-filling* ini dilakukan agar Wajib Pajak memperoleh kemudahan dalam memenuhi kewajibannya sehingga pemenuhan kewajiban perpajakan dapat lebih mudah dilaksanakan dan tujuan untuk menciptakan administrasi perpajakan yang lebih tertib dan transparan dapat dicapai (Dewi, 2009). Secara garis besar e-filling juga sangat menguntungkan Wajib Pajak antara lain memberikan kemudahan Wajib Pajak dalam melaporkan SPT dengan biaya cenderung lebih murah dibanding secara manual dan dengan proses yang lebih cepat karena wajib pajak merekam sendiri Surat Pemberitahuannya sehingga bisa lebih akurat, efektif dan efisien. Serta dengan adanya data silang pajak akan menciptakan keadilan pajak dan transparansi sehingga dapat meminimalisasi segala kecurangan, kebocoran dan penyimpangan dalam penerimaan pajak.

Telah dijelaskan bahwa sistem *e-filling* ini pengoperasiannya menggunakan sistem online melalui internet. Di sisi Wajib Pajak, apa yang mungkin terjadi adalah kurang mampu dalam melakukan sinkronisasi terhadap format data yang ada padanya dengan format data yang diinginkan oleh sistem Perusahaan Penyedia Jasa Aplikasi (ASP) dan sistem Direktorat Jenderal Pajak. Oleh karena itu, diharapkan wajib pajak harus berhati-hati dan harus benar-benar mengerti mengenai bagaimana cara penggunaan sistem e-filling tersebut.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Wiyono (2008) dengan menggunakan model TAM yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penerimaan Wajib Pajak terhadap *e-filling* di Indonesia, dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Amroso dan Gardner (2004). Dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan adalah persepsi

kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), serta sikap intensitas perilaku dalam penggunaan e-filling.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah persepsi kegunaan, kemudahan dan sikap *Technology Accepted Model* bagi Wajib Pajak berpengaruh terhadap penggunaan e-filling ?

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. *Premature Sign Off Prosedure Audit*

Prof. Rochmat Soemitro (2009) mendefenisikan pajak sebagai iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum dan hasilnya akan digunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.

2. *Tecnology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) adalah model yang disusun oleh Davis (1989) yaitu suatu model untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi tersebut dalam pekerjaan individual pengguna. Dalam teori ini penerimaan pengguna atau pemakai teknologi informasi menjadi bagian dari riset dari penggunaan teknologi informasi, sebab sebelum digunakan dan diketahui kesuksesannya, terlebih dahulu dipastikan tentang penerimaan atau penolakan atas penggunaan teknologi informasi tersebut. Penerimaan pengguna teknologi informasi merupakan faktor penting dalam penggunaan dan pemanfaatan sistem informasi yang dikembangkan. Penerimaan pengguna teknologi informasi sangat erat kaitannya dengan variasi permasalahan pengguna dan potensi imbalan yang diterima jika teknologi informasi diaplikasikan dalam aktivitas pengguna kaitannya dengan aktivitas perpajakan (Pratama, 2008; Gowinda, 2010).

Model TAM sebenarnya diadopsi dari model TRA yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Selanjutnya reaksi dan persepsi pengguna teknologi informasi akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah persepsi pengguna terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam konteks pengguna teknologi, sehingga alasan individu dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi informasi menjadikan tindakan atau perilaku orang tersebut sebagai tolok ukur dalam penerimaan sebuah teknologi.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, TAM mendeskripsikan terdapat dua faktor yang secara dominan mempengaruhi integrasi teknologi. Faktor pertama adalah persepsi kegunaan (*usefulness*). Sedangkan faktor kedua adalah persepsi kemudahan dalam penggunaan teknologi (*ease of use*). *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar hipotesis pertama dan hipotesis kedua bahwa persepsi terhadap kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan Persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi (*Perceived Ease Of Use*) mempengaruhi sikap (*Attitude*) individu terhadap penggunaan Teknologi Informasi, yang selanjutnya akan menentukan apakah individu berniat untuk menggunakan teknologi informasi (*Intention*). Niat untuk menggunakan teknologi informasi akan menentukan apakah individu akan menggunakan teknologi informasi (*Behavior*). Intensitas termasuk ke dalam *behavior*, yaitu pada saat individu menggunakan teknologi informasi tersebut dan memutuskan untuk terus menggunakan setiap memerlukan maka itulah yang dikatakan intensitas penggunaan teknologi informasi (Wijaya, S.W. 2005).

3. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi setiap individu yang menggunakannya. Davis (1989) menemukan bahwa hubungan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan Senyatanya lebih kuat dibandingkan dengan konstruk manapun. Menurut Wang (2003) juga menemukan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Perilaku. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan Ndubisi (2006). Amoroso dan Gardner (2004) telah mengkonfirmasi juga bahwa kegunaan sebagai faktor yang paling penting yang mempengaruhi penerimaan pengguna dengan sedikit pengecualian. Namun Chang, et al. (2005) menemukan bahwa manfaat yang dirasakan tidak berdampak langsung pada perilaku niat tetapi memiliki signifikan pada sikap, yang akibatnya berdampak pada perilaku berniat menggunakan sistem.

Chin dan Todd (1991) memberikan dimensi tentang kegunaan sistem teknologi, yaitu :

- a. Menjadikan pekerjaan lebih mudah.
- b. Bermanfaat.
- c. Menambah produktifitas.
- d. Mempertinggi efektifitas.
- e. Meningkatkan kinerja pekerjaan.

Berdasarkan definisi diatas dapat kita tarik kesimpulan bahwa kegunaan teknologi dari pengguna dalam memutuskan penerimaan teknologi tersebut sangat memberikan kontribusi positif bagi pengguna,

yaitu dapat memberikan manfaat terhadap peningkatan performa kinerja.

4. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi tentang kemudahan dalam penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana individu percaya bahwa sistem teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan (Davis, 1989). Suatu sistem dapat dikatakan berkualitas jika sistem tersebut dirancang untuk memenuhi kepuasan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakan sistem tersebut. Kemudahan penggunaan dalam konteks ini bukan saja kemudahan untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem tetapi juga mengacu pada kemudahan dalam melakukan suatu pekerjaan atau tugas dimana pemakaian suatu sistem akan semakin memudahkan seseorang dalam bekerja dibanding mengerjakan secara manual (Pratama, 2008; Gowinda, 2010).

Dapat disimpulkan persepsi kemudahan yaitu mempersepsikan bahwa sistem ini mudah untuk digunakan dan bukan merupakan beban bagi para wajib pajak sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan dapat mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari teknologi informasi.

5. Sikap

Sikap adalah evaluasi kepercayaan (*belief*) atau perasaan positif atau negatif dari individu ketika melakukan suatu perilaku tertentu. Fishbein dan Ajzen (1975) mendefinisikan sikap (*attitude*) sebagai jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan individu untuk menerima atau menolak suatu obyek atau perilaku, dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluatif yang dapat berlawanan. Dengan demikian sikap individu terhadap teknologi informasi menunjukkan seberapa jauh orang tersebut merasakan bahwa sistem informasi tersebut baik atau jelek. Sikap yang dapat timbul adalah positif atau negatif.

Teori sikap dan perilaku (*theory of attitudes and behavior*) dikembangkan oleh Triandis (1980) yang menyatakan bahwa perilaku ditentukan oleh apa yang orang-orang ingin lakukan (sikap), apa yang mereka pikirkan akan mereka lakukan (aturan-aturan sosial), apa yang mereka biasa lakukan (kebiasaan) dan dengan konsekuensi perilaku yang mereka pikirkan. Sikap merupakan sebuah bangunan hipotesis yang mewakili suatu derajat individu dari suka atau tidak suka untuk item.

Triandis (1980) menyajikan suatu model perilaku interpersonal yang lebih komprehensif dengan menyatakan faktor-faktor sosial, perasaan dan konsekuensi yang dirasakan mempengaruhi tujuan perilaku dan sebaliknya akan mempengaruhi perilaku. Perilaku tidak mungkin terjadi jika situasinya (misalnya, kondisi yang memfasilitasi)

tidak memungkinkan. Jadi, jika seseorang bermaksud untuk menggunakan personal computer, tetapi tidak mempunyai kemudahan atau kesempatan untuk memperolehnya, maka manfaat yang dirasakan akan berkurang.

6. *E-Filling*

E-filling adalah suatu cara penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) baik SPT Masa, maupun SPT Tahunan atau Pemberitahuan Perpanjangan SPT Tahunan oleh Orang Pribadi maupun Badan ke Direktorat Jenderal Pajak yang dilakukan secara online dan Realtime melalui Penyedia Jasa Aplikasi atau Application Service Provider (ASP). Online berarti bahwa wajib pajak dapat melaporkan pajak melalui internet dimana saja dan kapan saja, sedangkan kata realtime berarti bahwa konfirmasi dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dapat diperoleh saat itu juga apabila data-data Surat Pemberitahuan (SPT) yang diisi dengan lengkap dan benar telah sampai dikirim secara elektronik.

Berdasarkan Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor 47/PJ/2008 tentang “Tata Cara Penyampaian Surat Pemberitahuan Dan Penyampaian Pemberitahuan Perpanjangan Surat Pemberitahuan Tahunan Secara Elektronik (e-filling) Melalui Perusahaan Penyedia Jasa Aplikasi (ASP)” sebelumnya ada beberapa hal yang perlu diketahui mengenai alat kelengkapan e-filling yaitu meliputi :

- a. *Application Service Provider* (ASP) adalah perusahaan yang telah ditunjuk dengan Keputusan Direktur Jenderal Pajak sebagai perusahaan yang dapat menyalurkan penyampaian SPT dan Pemberitahuan Perpanjangan SPT Tahunan secara elektronik ke DJP. Perlu diketahui bahwa tidak semua Perusahaan Penyedia Jasa Aplikasi (ASP) diperkenankan untuk bertindak sebagai mediator, melainkan hanya ASP yang telah memenuhi syarat dan ditunjuk oleh Direktur Jenderal Pajak saja. Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh Perusahaan Penyedia Jasa Aplikasi adalah sebagai berikut:
 - Berbentuk badan.
 - Memiliki izin usaha penyedia jasa aplikasi.
 - Mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan telah dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak.
 - Menandatangani perjanjian dengan Direktorat Jenderal Pajak.
- b. *Electronic Filing Identification Number* (e-FIN) adalah nomor identitas yang diberikan oleh Kantor Pelayanan Pajak tempat Wajib Pajak terdaftar kepada Wajib Pajak yang mengajukan permohonan untuk melaksanakan E-filling.
- c. *Digital Certificate* (DC) adalah sertifikat yang bersifat elektronik yang memuat Tanda Tangan Elektronik dan identitas yang menunjukkan status subjek hukum para pihak dalam transaksi

elektronik yang dikeluarkan Penyelenggara Sertifikasi Elektronik. Sertifikat ini digunakan untuk proteksi data SPT dalam bentuk encryption (pengacakan) yaitu hanya bisa dibaca oleh system tertentu (dalam hal ini system penerimaan SPT ASP dan DJP) dan dengan nama serta NPWP tertentu pula. Sehingga terjamin kerahasiaannya.

7. Intensitas perilaku dalam penggunaan *E-filling*

Intensitas perilaku merupakan kelanjutan dari minat (*intention*) dimana minat adalah keinginan untuk melakukan perilaku. Jadi, intensitas adalah perilaku individu dalam melakukan suatu hal secara terus-menerus. Menurut *Theory Planned of Behavior* (TPB) intensitas perilaku termasuk tahapan *behavior*. Tindakan atau perilaku yang dimaksud disini yaitu intensitas perilaku dalam penggunaan e-filling. Penelitian Lai (2008) mengungkapkan bahwa Kejelasan Pekerjaan (*clarity of job sequence*), Kecepatan (*display speed*), Kenyamanan (*convenience to life*), Kecukupan Informasi (*adequacy of description*) yang berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Kepuasan (*perceived satisfaction*). Persepsi Kepuasan oleh pengguna inilah yang berkembang menjadi Intensitas Perilaku Penggunaan. Manfaat penggunaan e-filling adalah agar Wajib Pajak memperoleh kemudahan dalam memenuhi kewajibannya, sehingga pemenuhan kewajiban perpajakan dapat lebih mudah dilaksanakan dan tujuan untuk menciptakan administrasi perpajakan yang lebih tertib dan transparan dapat dicapai (Gowinda, 2010), sehingga dengan begitu banyak Wajib Pajak yang sudah menggunakannya berkeinginan untuk menggunakannya kembali pada saat pelaporan pajaknya di masa depan atau secara intensitas.

8. Hipotesis

Pikkarainen, *et al.* (2004) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi behavioral intention penggunaan online banking di Finlandia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan positif terhadap *behavioral intention*. Wiyono (2008) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan e-filling. Serta didukung oleh penelitian yang dilakukan Dewi (2009) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku penggunaan e-filling.

Berhubungan dengan intensitas perilaku penggunaan e-filling sebagai variabel dependen belum pernah dilakukan, namun intensitas masih termasuk di dalam behavior berdasarkan TPB. Dapat diambil kesimpulan bahwa semakin Wajib Pajak mempersepsikan e-filling memberikan kegunaan (manfaat) terhadap peningkatan produktivitas maka, Wajib Pajak akan terus menggunakan e-filling. Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1: Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness) TAM bagi Wajib Pajak berpengaruh terhadap Intensitas Perilaku Dalam Penggunaan e-filling (Behavioral Intensity For The e-filling Usage)

Wang, (2003) dalam penelitian mengenai determinan user acceptance dari internet banking pada bank komersial di Taiwan, menghasilkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan positif terhadap *computer self-efficacy*. Pikkarainen (2004) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan positif terhadap penerimaan sistem online banking. Studi yang dilakukan Wiyono (2008) terhadap para Wajib Pajak yang telah mencoba atau menggunakan e-filling di Indonesia menunjukkan hasil bahwa Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap dan persepsi kegunaan. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh Dewi (2009) bahwa *perceived ease of use* mempengaruhi minat.

Kemudahan Pengguna akan mempengaruhi penggunaan sistem *e-filling*. Jika pengguna menginterpretasikan bahwa sistem *e-filling* mudah digunakan maka penggunaan sistem akan tercapai. Jika penggunaan sistem memiliki kemampuan untuk mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) maka penggunaan sistem berpotensi akan dilakukan secara terus-menerus sehingga intensitas perilaku dalam penggunaan *e-filling* dapat meningkat. Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H2: Persepsi Kemudahan (Perceived Ease Of Use) TAM bagi Wajib Pajak berpengaruh terhadap Intensitas Perilaku Dalam Penggunaan e-filling (Behavioral Intensity For The e-filling Usage)

Fishbein dan Ajzen (1975) mendefinisikan sikap (attitude) sebagai jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan individu untuk menerima atau menolak suatu obyek atau perilaku, dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluatif yang dapat berlawanan. Dengan demikian sikap individu terhadap teknologi informasi menunjukkan seberapa jauh orang tersebut merasakan bahwa sistem informasi tersebut baik atau jelek. Sikap yang dapat timbul adalah positif atau negatif. Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3: Sikap TAM Bagi Wajib Pajak terhadap Perilaku (Attitude toward behavior) berpengaruh terhadap Intensitas Perilaku Dalam Penggunaan e-filling (Behavioral Intensity For The e-filling Usage).

C. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan.

2. Populasi, dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus slovin dan berhasil mendapatkan sampel sebanyak 39 Wajib Pajak yang terdaftar di KPP Pratama Makassar Selatan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, maka data yang diperlukan dalam penulisan ini adalah dengan menggunakan metode sebagai berikut :

- a. Kuisisioner, yaitu daftar pertanyaan yang dibuat berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian yang harus direspon oleh responden.
- b. Dokumentasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan pencatatan terhadap dokumen yang dibutuhkan atau bukti tertulis yang resmi dan dapat dipertanggungjawabkan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti

4. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menguji adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Beberapa langkah yang dilakukan dalam analisis regresi linier berganda adalah uji statistic deskriptif, uji kualitas data (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas). Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis melalui persamaan regresi :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y: Intensitas Perilaku WP Dalam Penggunaan e-filling

X1: Persepsi Kegunaan

X2: Persepsi Kemudahan

X3: Sikap

β : Koefisien Regresi

e: Error

Ghozali, (2011) menjelaskan bahwa untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, maka dilakukan pengujian Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t). Kemudian untuk pengujian simultan dilakukan pengujian Signifikansi Simultan (Uji Statistik F),

4. Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen dalam penelitian ini ada 3 variabel, yaitu:

Persepsi kegunaan (X1) adalah suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi setiap individu yang menggunakannya.

Persepsi kemudahan (X2) adalah suatu ukuran dimana individu percaya bahwa sistem teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Sikap (X3) merupakan perilaku yang telah ditentukan oleh orang-orang terhadap apa yang ingin dilakukan (sikap). Sikap berkaitan dengan (aturan-aturan sosial), apa ya./ng mereka biasa lakukan (kebiasaan) dan dengan konsekuensi perilaku yang mereka pikirkan

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah:

Intensitas Perilaku WP Dalam Penggunaan e-filling (Y) merupakan e-filling adalah sarana pelaporan pajak secara online dan realtime menggunakan media internet dengan melalui penyedia layanan aplikasi atau Application Service Provider

Seluruh Instrumen dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert 5 skala nilai, yang menunjukkan pilihan antara sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju.

Tabel 1. Indikator Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator
1.	Persepsi Kegunaan TAM (X1) (Prita,2013)	1.Meningkatkan produktivitas penyampaian pajak 2.Meningkatkan efektivitas penyampaian pajak 3.Penting dalam menunjang pekerjaan 4.Menghemat waktu penyampaian pajak 5.Sangat berguna keseluruhan
2.	Persepsi Kemudahan TAM (X2) (Prita, 2013)	1.Mudah digunakan 2.Memudahkan dalam penyampaian pajak 3.Mudah dipelajari 4.Dapat belajar menggunakan dengan cepat 5.Penggunaan mudah diingat
3.	Sikap TAM (X3) (Prita, 2013)	1.Pelaporan pajak menggunakan internet 2.Menggunakan untuk pelaporan pajak tahun ini 3.Kelanjutan penggunaan
4.	Penggunaan e-filling (Y) (Prita, 2013)	1.Kelanjutan penggunaan 2.Prioritas penggunaan 3.Rekomendasi penggunaan pada orang lain

Sumber : Data diolah, 2019

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2009:19) dari masing-masing variabel yaitu persepsi kegunaan TAM (X1), persepsi kemudahan TAM (X2), sikap TAM (X3) dan penggunaan e-filling (Y) disajikan pada table 2:

Tabel. 2. Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Mini mum	Max imu m	M ea n	Std. Deviation
Y	39	2.00	5.00	4.2223	.61847
X1	39	2.00	5.00	4.1859	.61963
X2	39	2.17	5.00	4.1277	.59493
X3	39	2.80	5.00	4.2615	.52546
Valid N (list wise)	39				

Sumber : Data Primer Yang diolah, 2019

2. Hasil Uji Kualitas Data

Kriteria yang digunakan valid atau tidak valid adalah apabila koefisien korelasi r hitung kurang dari nilai r table dengan tingkat signifikansi 5 persen berarti butir pertanyaan tersebut tidak valid (Ghozali, 2005). Berdasarkan hasil pengujian memperlihatkan nilai r Hitung setiap indikator variabel bukti fisik, Persepsi Kegunaan TAM, daya Persepsi Kemudahan TAM, Sikap TAM, dan variabel penggunaan e-filling lebih besar dibandingkan nilai r Tabel ($r \text{ Hitung} > r \text{ Tabel}$). Dengan demikian indikator atau kuesioner yang digunakan oleh

masing-masing variabel dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden melalui pertanyaan yang diberikan, menggunakan metode statistic Cronbach Alpha dengan signifikansi yang digunakan lebih dari ($>$)0,60.

Tabel. 3. Hasil Uji Reliabilitas

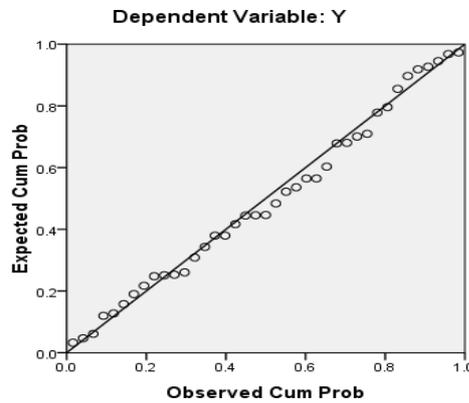
Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0,883	0,60	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,866	0,60	Reliabel
Sikap	0,789	0,60	Reliabel
<i>e-filling</i>	0,782	0,60	Reliabel

Tabel 3, menunjukkan Hasil uji reliabilitas memperlihatkan nilai cronbach's alpha semua variabel di atas 0,60, sehingga dapat disimpulkan indikator yang digunakan oleh variabel Persepsi Kegunaan TAM, Persepsi Kemudahan TAM, Sikap TAM dan penggunaan *e-filling* sehingga dapat dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas data digunakan grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual yang hasil pengujiannya dapat dilihat pada gambar 1:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Dengan melihat tampilan grafik normal P-Plot pada gambar 1, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal. Sedangkan pada grafik normal P-Plot terlihat titik – titik menyebar disekitar garis diagonal, serta arah penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Kedua grafik tersebut menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas

Untuk menguji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai VIF (Variance Inflation Faktor). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas (Ghozali, 2006). Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada table 4 :

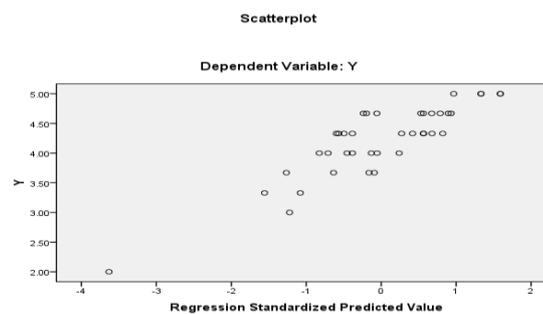
Tabel. 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.656	1.525
X2	.277	3.615
X3	.256	3.913

Berdasarkan tabel 4, terlihat angka *tolerance* dari variabel independen variabel Persepsi Kegunaan TAM, Persepsi Kemudahan TAM, dan Sikap TAM mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,10 yang berarti bahwa tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Sementara itu, hasil perhitungan nilai

Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama. Tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen tersebut sehingga data dapat digunakan dalam penelitian ini

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatterplot di mana penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu serta arah penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 2:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebar pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola yang jelas dalam penyebaran data tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi tersebut, sehingga model regresi layak digunakan.

3. Hasil Uji Hipotesis

1) Koefisien Determinasi

Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada R Square dan dinyatakan dalam persentase. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi yang dihasilkan oleh SPSS dapat dilihat pada tabel 5:

**Tabel 5. Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

1	.885 ^a	.783	.765	.30010	1.777
---	-------------------	------	------	--------	-------

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Tabel 5, menunjukkan nilai R sebesar 0,885 yang menggabarkan korelasi atau hubungan variabel terikat dengan variabel bebas adalah sangat kuat artinya sekitar 88,5% hubungan variabel bebas yaitu Persepsi Kegunaan TAM, Persepsi Kemudahan TAM, dan Sikap TAM dengan penggunaan *e-filling*. Nilai koefisien Determinasi (R Square) diperoleh nilai 0,783. Hal ini menggambarkan bahwa 78,3% variasi naik turunnya variabel terikat ditentukan oleh variabel bebas. Sedangkan sisanya 21,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini

Setelah hasil uji asumsi klasik dilakukan dan hasilnya secara keseluruhan menunjukkan model regresi memenuhi asumsi klasik, maka tahap berikut adalah melakukan evaluasi dan interpretasi model regresi berganda.

Tabel. 6 Model Persamaan Regresi Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.307	.416		-.737	.466

X1	.318	.097	.319	3280	.002
X2	.361	.156	.347	2319	.026
X3	.401	.183	.340	2187	.036

Berdasarkan tabel 6, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,307 + 0,318X_1 + 0,361X_2 + 0,401X_3$$

Dari persamaan regresi di atas maka dapat disimpulkan bahwa interpretasi dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. b_0 atau Nilai Konstanta yang diperoleh adalah sebesar -0,307. Hasil ini berarti dengan adanya variabel Persepsi Kegunaan TAM, Persepsi Kemudahan TAM, dan Sikap TAM mempunyai hubungan negatif dengan penggunaan e-filling. Nilai konstanta penggunaan e-filling sebesar -0,307 menunjukkan bahwa jika Persepsi Kegunaan TAM, Persepsi Kemudahan TAM, dan Sikap TAM tidak mengalami perubahan maka nilai penggunaan e-filling akan menurun sebesar 0,307.
2. Koefisien regresi pengaruh persepsi kegunaan TAM (X_1) terhadap penggunaan e-filling menunjukkan nilai sebesar 0,318 yaitu besarnya koefisien variabel Persepsi Kegunaan TAM yang berarti setiap peningkatan variabel Persepsi Kegunaan TAM sebesar 1%, maka penggunaan e-filling meningkat 0,318 dengan asumsi bahwa variabel lainnya X_2 dan X_3 adalah tetap atau konstan
3. Koefisien regresi pengaruh persepsi kemudahan (X_2) terhadap penggunaan e-filling menunjukkan nilai sebesar 0,361 yaitu besarnya koefisien variabel Persepsi Kemudahan TAM yang berarti setiap peningkatan variabel Persepsi Kemudahan TAM sebesar 1%, maka penggunaan e-filling meningkat 0,361 dengan asumsi bahwa variabel lainnya X_1 dan X_3 adalah tetap atau konstan.
4. Koefisien regresi pengaruh sikap (X_3) terhadap penggunaan e-filling menunjukkan nilai sebesar 0,401 yaitu besarnya koefisien

variabel Sikap TAM yang berarti setiap peningkatan variabel Persepsi Sikap TAM sebesar 1%, maka penggunaan e-filing meningkat 0,401 dengan asumsi bahwa variabel lainnya X1 dan X2 adalah tetap atau konstan.

4. Hasil Uji Parsial

Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Berdasarkan dari hasil pengujian menggunakan SPSS untuk variabel Persepsi Kegunaan TAM (X1) diperoleh nilai thitung = 3,280 dengan tingkat signifikan 0,002. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf 5%, yang berarti HA diterima. Dengan demikian maka Persepsi Kegunaan TAM berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Penggunaan e-filing.

Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Uji hipotesis untuk Persepsi Kemudahan TAM (X2) terhadap penggunaan e-filing. Berdasarkan dari hasil pengujian menggunakan SPSS untuk variabel Persepsi Kemudahan TAM (X2) diperoleh nilai thitung = 2,319 dengan tingkat signifikan 0,026. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf 5%, yang berarti HA diterima. Dengan demikian maka Persepsi Kemudahan TAM berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Penggunaan e-filing.

Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Uji hipotesis untuk Sikap TAM (X3) terhadap penggunaan e-filing. Berdasarkan dari hasil pengujian menggunakan SPSS untuk variabel Sikap TAM (X3) diperoleh nilai thitung = 2,187 dengan tingkat signifikan 0,036. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf 5%, yang berarti HA diterima. Dengan demikian maka Sikap TAM berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Penggunaan e-filing

5. Hasil Uji Simultan

Tabel. 7. Hasil Uji Simultan (F- test)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Si g.
1 Regression	11.383	3	3.794	42.133	.000 ^a
Residual	3.152	35	.090		

Tota l	14.535	38			
-----------	--------	----	--	--	--

a. Predictors: (Constant), X3,
X1, X2

b. Dependent
Variable: Y

Berdasarkan table 7, diperoleh nilai F hitung sebesar 0,000 dari standar signifikan yakni 5 % atau 0,05. Berdasarkan pengujian dimana Fhitung sebesar 42.133 dan Ftabel sebesar 2,87 yang artinya H1 diterima karena nilai Fhitung lebih besar dari F tabel. Maka dapat disimpulkan Variabel Persepsi Kegunaan TAM, Persepsi Kemudahan TAM, dan Sikap TAM secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan e-filling. Berdasarkan teori dan hasil statistik penelitian berdasarkan uji F, Variabel Persepsi Kegunaan TAM, Persepsi Kemudahan TAM, dan Sikap TAM secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan penggunaan e-filling.

6. Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama (**H1**) menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan TAM berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan e-filling. Dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi setiap individu yang menggunakannya. Semakin bermanfaat Persepsi Kegunaan TAM maka akan meningkatkan dalam Penggunaan e-filling bagi Wajib Pajak Orang Pribadi pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pikkarainen, et al. (2004), yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi behavioral intention penggunaan online banking di Finlandia. Hasilnya adalah secara parsial Persepsi Kenikmatan, Keamanan dan Privasi, Koneksi Internet berpengaruh signifikan positif terhadap penerimaan sistem online banking.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan positif terhadap behavioral intention. Wiyono (2008) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat perilaku untuk menggunakan e-filling.

Hasil pengujian hipotesis kedua (**H2**) menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan TAM berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan e-filling. Dimana individu percaya bahwa sistem teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Semakin meningkat

Persepsi Kemudahan TAM maka akan semakin berkualitas tingkat kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam penggunaan e-filing.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wang, (2003) dalam penelitian mengenai determinan *user acceptance* dari internet banking pada bank komersial di Taiwan, menghasilkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan positif terhadap *computerself-efficacy*. Studi yang dilakukan Wiyono (2008) terhadap para Wajib Pajak yang telah mencoba atau menggunakan e-filing di Indonesia menunjukkan hasil bahwa Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap dan persepsi kegunaan

Hasil pengujian hipotesis ketiga (**H3**) menunjukkan bahwa Sikap TAM berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan e-filing. Dimana sikap individu terhadap teknologi informasi menunjukkan seberapa jauh sikap atau perilaku wajib pajak tersebut merasakan manfaat dan kegunaan TAM terhadap penggunaan e-filing.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laihad yang meneliti mengenai pengaruh perilaku Wajib Pajak terhadap penggunaan e-filing yang mengatakan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan e-filing.

E. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel persepsi kegunaan, kemudahan dan sikap terhadap penggunaan e-filing Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan.

Hasil penelitian ini menyarankan agar Direktorat Jenderal Pajak, diharapkan memberikan sosialisasi mengenai sistem e-filing tidak hanya secara online (e-tutorial) akan tetapi juga mendelegasikan pegawai di masing-masing KPP agar dapat memberikan informasi yang dibutuhkan wajib pajak. Kedepannya, sistem e-filing perlu terus dikembangkan sehingga wajib pajak tidak perlu lagi datang ke KPP apabila sudah mengisi SPT secara elektronik. Hal ini akan sangat membantu efisiensi penggunaan sistem e-filing oleh wajib pajak. Pengembangan e-filing ini juga segera diterapkan diseluruh KPP di Indonesia mengingat perkembangan internet sudah sangat cepat dan merambah hampir ke seluruh wilayah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amoroso, D.L., Gardner, C. 2004. Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Tehnology by Consumers. Proceedings of the 37Th Hawaii International Conference on System Sciences. Universitas Trier. Maui.

- Chang, I. C., Li, Y. C., Hung, W. F., & Hwang, H. G. (2005). An empirical study on the impact of quality antecedents on tax payers' acceptance of Internet tax-filing systems. *Government Information Quarterly*, 22(3), 389-410.
- Chin, W. and Todd, P. 1995. "On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution," *Management Information System Quarterly*.
- Davis, F.S. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *MIS Quarterly* Vol. 13, No. 3, h 319-339. University of Minnesota. Minnesota.
- Dewi, A.A., Ratih, Khomalyana. 2009. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penerimaan Wajib Pajak terhadap Penggunaan E-Filing. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Tembalang.
- Direktorat Jenderal Pajak. 2008. Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP 47/PJ/2008 tentang tata cara Penyampaian Surat Pemberitahuan Perpanjangan Surat Pemberitahuan Tahunan Secara Elektronik (e-Filing) melalui Perusahaan Penyedia Jasa (ASP).
- Fishbein, M and Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intentions and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesely. Boston. MA.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gowinda, Gita. 2010. Analisis Perilaku Penerimaan Wajib Pajak terhadap Penggunaan E-Filing (Kajian Empiris Wilayah Kota Semarang). Skripsi. Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Hamzah, M. F., Ramdani, M. R., Muslim, A. H., & Jaya, S. L. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada KPP Pratama Kabupaten Sidrap). *Journal of institution and sharia finance*, 1(1).
- Lai, dan A.C.L. Yeung. 2008. The Driving Forces of Customer Loyalty : A Study of Internet Service Providers in Hongkong. *International Journal of E-Business Research*, Vol. 4. pp. 26-42.
- Ndubisi, Nelson Oly, 2006. Effect of Gender on Customer Loyalty: A Relationship Marketing Approach, *Marketing Intelligence And Planning*, Vol. 24 No. 1, pp 46-61.
- Pikkarainen, Tero et.al (2004). Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model. *Journal Research. ABI/INFORM (Proquest) database*.
- Poon, J. M. L. (2003). Situational antecedents and outcomes of organizational politics perceptions. *Journal of Managerial Psychology*, 138-155.

- Pratama, Agustyan. 2008. Analisis Technology Acceptance Model (TAM) dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pemakai Sistem Informasi Berbasis Komputer. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H. 2007. Dasar-dasar Hukum Pajak dan Pajak Pendapatan. Bandung: Eresco.
- Sudirman, S., & Muslim, M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Perusahaan Melakukan Tax Planning (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Yang Terdaftar Di KPP Madya Makassar). CESJ: Center Of Economic Students Journal, 1(1), 1-13.
- Titis, W. (2011). Analisa Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Perilaku Wajib Pajak untuk Menggunakan e-filing. Studi Empiris Pada Wajib Pajak Badan Kota Semarang). Semarang. Universitas Diponegoro.
- Triandis HC. (1980). Values, Attitudes and Interpersonal Behavior. University of Nebraska Press. Lincoln. NE.
- Wang F et al. 2003. Purification, Characterization, and Crystallization of a Group of Earthworm Fibrinolytic Enzymes from Earthworm *Eisenia fetida*. Biotechnol. Lett.25: 1105 – 1109.
- Wijaya, S.W. (2005). Kajian Teoritis Technology Acceptance Model Sebagai Model Pendekatan untuk Menentukan Strategi Mendorong Kemauan Pengguna dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi. E-Indonesia Initiative.
- Wiyono, Adrianto Sugiarto. 2008. Evaluasi Penerimaan Wajib Pajak terhadap Penggunaan E-Filing sebagai Sarana Pelaporan Pajak secara Online dan Realtime. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol.11, No.2, h.117-132. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.