



Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z

Misdiyanto¹, Supriyanto², Fauzi Santoso^{3*}, Muhamad Aditia⁴

Department of Accounting, Pamulang University,

Email : 1diyanto1701@gmail.com, 2supriyanto.grab79@gmail.com, 3fauzisantoso00@gmail.com,
4muhamadaditia857@gmail.com

Article History: Received on 09 Juli 2026, Revised on 22 Juli 2026, Published on 12 Agustus 2026

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of taxpayer awareness and tax socialization on Generation Z taxpayer compliance. The research employed a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to Generation Z respondents who possess a Taxpayer Identification Number (NPWP) or meet the criteria as taxpayers. Data analysis was conducted using IBM SPSS Statistics 29, including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results indicate that taxpayer awareness has a positive and significant effect on Generation Z taxpayer compliance. Tax socialization also has a positive and significant influence on taxpayer compliance. Simultaneously, taxpayer awareness and tax socialization significantly affect Generation Z taxpayer compliance. These findings suggest that higher levels of taxpayer awareness and more effective tax socialization programs contribute to increased taxpayer compliance among Generation Z. This study is expected to provide valuable insights for the government, particularly the Directorate General of Taxes, in developing more effective tax education and socialization strategies targeted at Generation Z to enhance taxpayer compliance in Indonesia.

Keywords : Taxpayer Awareness, Tax Socialization, Taxpayer Compliance, Generation Z, SPSS 29.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden Generasi Z yang telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atau memenuhi kriteria sebagai wajib pajak. Teknik analisis data dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 29 meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Sosialisasi pajak juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Secara simultan, kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran serta semakin efektif sosialisasi pajak yang diberikan, maka tingkat kepatuhan wajib pajak Generasi Z akan semakin meningkat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah, khususnya Direktorat Jenderal Pajak, dalam meningkatkan strategi edukasi dan sosialisasi perpajakan kepada Generasi Z guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak di Indonesia.

Kata Kunci: Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak,



PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan nasional, baik dalam pembiayaan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, maupun sektor publik lainnya. Oleh karena itu, tingkat kepatuhan wajib pajak menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan sistem perpajakan suatu negara. Di Indonesia meskipun pemerintah terus melakukan berbagai upaya reformasi perpajakan, permasalahan terkait kepatuhan wajib pajak masih menjadi tantangan yang signifikan terutama pada kelompok wajib pajak muda yang termasuk dalam kategori Generasi Z (Mendropa & Purba, 2025).

Generasi Z merupakan kelompok demografis yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital dengan akses informasi yang luas serta kemampuan adaptasi teknologi yang tinggi. Namun demikian, karakteristik tersebut tidak secara otomatis diiringi dengan tingkat pemahaman dan kesadaran perpajakan yang memadai. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara literasi digital dan literasi perpajakan pada Generasi Z, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan mereka sebagai wajib pajak di masa depan.

Salah satu faktor internal yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah kesadaran wajib pajak. Kesadaran ini mencerminkan sikap individu dalam memahami pentingnya pajak serta kemauan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan secara sukarela tanpa adanya paksaan. Kesadaran pajak merupakan dorongan dalam diri setiap individu dalam memenuhi kewajibannya dalam hal membayar pajak, dengan adanya kesadaran dan kesungguhan berpengaruh terhadap pendapatan daerah atau sebagai pendapatan negara (Maulidyah & Retnani, 2026). Penelitian yang dilakukan oleh (Oktaviani & Kurniawati, 2026) menunjukkan bahwa kesadaran pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan calon wajib pajak Generasi Z, yang berarti semakin tinggi tingkat kesadaran seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhannya dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa faktor psikologis dan moral individu memainkan peran penting dalam membentuk perilaku kepatuhan pajak.

Selain faktor internal, faktor eksternal seperti sosialisasi pajak juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Sosialisasi pajak merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk memberikan edukasi dan informasi terkait perpajakan kepada masyarakat. Dalam era digital, sosialisasi pajak tidak hanya dilakukan secara konvensional, tetapi juga melalui media digital seperti media sosial, webinar, dan platform online lainnya. Penelitian oleh (Fardiansyah & Yuliarini, 2025) menunjukkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z, meskipun pengaruhnya tidak selalu dominan dibandingkan dengan faktor internal seperti kesadaran wajib pajak.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepatuhan wajib pajak Generasi Z dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks, baik dari sisi internal seperti kesadaran wajib pajak maupun dari sisi eksternal seperti sosialisasi pajak. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kebijakan perpajakan yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik generasi muda.

LANDASAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Teori kepatuhan menjelaskan bahwa perilaku individu dalam menaati aturan dipengaruhi oleh dua pendekatan utama, yaitu pendekatan normatif dan instrumental. Pendekatan normatif menekankan bahwa individu mematuhi aturan karena kesadaran moral dan keyakinan bahwa aturan tersebut benar dan harus ditaati. Sementara itu, pendekatan instrumental menyatakan bahwa kepatuhan terjadi karena adanya pertimbangan rasional terhadap sanksi atau konsekuensi yang mungkin diterima apabila melanggar aturan.

Dalam konteks perpajakan, kepatuhan wajib pajak tidak hanya didasarkan pada ketakutan terhadap sanksi, tetapi juga pada kesadaran dan pemahaman akan pentingnya pajak sebagai sumber



pembiayaan negara. Penelitian oleh (Oktaviani & Kurniawati, 2026) menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan normatif lebih dominan dalam membentuk perilaku kepatuhan, khususnya pada generasi muda.

Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y)

Kepatuhan wajib pajak merupakan perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kepatuhan ini mencakup dua aspek utama, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal berkaitan dengan pemenuhan kewajiban administratif seperti pelaporan pajak tepat waktu, sedangkan kepatuhan material berkaitan dengan kebenaran dalam menghitung dan membayar pajak. Menurut (Maulida & Chairina, 2026) kepatuhan wajib pajak Generasi Z masih belum optimal, terutama dalam aspek pemahaman dan pelaksanaan kewajiban perpajakan. Hal ini menunjukkan bahwa kepatuhan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal

Kesadaran Wajib Pajak (X1)

Kesadaran wajib pajak merupakan kondisi di mana individu memahami, mengakui, dan secara sukarela melaksanakan kewajiban perpajakan. Kesadaran ini mencerminkan sikap positif terhadap pajak dan rasa tanggung jawab sebagai warga negara. Penelitian oleh (Oktaviani & Kurniawati, 2026) menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Sosialisasi Pajak (X2)

Sosialisasi pajak merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah untuk memberikan edukasi dan informasi kepada masyarakat mengenai perpajakan. Sosialisasi bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran wajib pajak. Penelitian oleh (Fardiansyah & Yuliarini, 2025) menunjukkan bahwa sosialisasi pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, meskipun efektivitasnya bergantung pada metode dan media yang digunakan.

Penelitian Terdahulu

1. Fardiansyah & Yuliarini (2025) kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi pajak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Gen Z.
2. Oktaviani & Kurniawati (2026) Hasil penelitian menunjukkan bahwa tax moraledan sosialisasi pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan calon wajib pajak, sedangkan kesadaran pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan calon wajib pajak.
3. Winarni et al. (2026) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pajak, sosialisasi perpajakan, dan reformasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sementara kesadaran wajib pajak tidak terbukti secara signifikan memoderasi hubungan antara variabel independen dan kepatuhan wajib pajak.

Pengembangan Hipotesis

Kepatuhan wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal berupa kesadaran wajib pajak, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti sosialisasi pajak. Kesadaran wajib pajak dapat mendorong individu untuk melaksanakan kewajiban perpajakan secara sukarela, sedangkan sosialisasi pajak membantu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman wajib pajak mengenai aturan perpajakan.

H1: Kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Kesadaran wajib pajak merupakan kondisi ketika wajib pajak memahami, mengetahui, dan menyadari pentingnya kewajiban perpajakan bagi pembangunan negara. Kesadaran ini mencerminkan



adanya pemahaman bahwa pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang digunakan untuk membiayai berbagai kebutuhan publik. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak, maka semakin besar pula dorongan individu untuk melaksanakan kewajiban perpajakan secara sukarela tanpa adanya paksaan.

H2: Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Sosialisasi pajak merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah atau otoritas perpajakan untuk memberikan informasi, edukasi, dan pemahaman mengenai peraturan serta prosedur perpajakan kepada masyarakat. Sosialisasi dapat dilakukan melalui seminar, media sosial, penyuluhan, maupun platform digital lainnya yang mudah diakses oleh masyarakat, khususnya Generasi Z.

H3: Sosialisasi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuisisioner. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Metode ini digunakan karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar dalam waktu relatif singkat, serta dapat menggambarkan kondisi aktual terkait tingkat kesadaran, sosialisasi dan kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z, yaitu individu berusia 17–29 tahun yang telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Teknik pengambilan sampel menggunakan **purposive sampling**, dengan kriteria: Berusia 17–29 tahun, Memiliki NPWP, Pernah atau sedang melakukan kewajiban perpajakan.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian ini memiliki tiga variabel, yaitu:

1. Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y)
 - a. Kepatuhan Pembayaran
 - b. Pelaporan Pajak
 - c. Kepatuhan Administrasi
 - d. Kepatuhan Aturan
2. Kesadaran Wajib Pajak (X1) :
 - a. Pemahaman fungsi dan manfaat pajak
 - b. Kesadaran kewajiban pajak
 - c. Pemahaman Sanksi
 - d. Rasa tanggung jawab Perpajakan
3. Sosialisasi Pajak (X2) :
 - a. Media Sosialisasi
 - b. Efektivitas Informasi
 - c. Edukasi Digital
 - d. Pemahaman Perpajakan

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara sistematis untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi beberapa langkah sebagai berikut:

1. Statistik deskriptif : menjelaskan gambaran data dari semua variabel yang akan dimasukkan dalam penelitian dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum dan standar



deviasi.

2. Uji kualitas Data : meliputi Uji validitas dan uji reliabilitas
3. Uji Asumsi Klasik: Meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, untuk memastikan model regresi memenuhi asumsi klasik.
4. Uji Regresi Linier Berganda: Untuk mengukur pengaruh parsial dan simultan variabel independen terhadap kepatuhan pajak generasi z. Persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b1.x1 + b2.x2$$
5. Uji signifikan simultan (Uji f) : apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Jika $< 0,05$ maka berpengaruh, sebaliknya $> 0,05$ maka tidak berpengaruh
6. Uji parsial t (Uji t) : seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual atau satu-satu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika $< 0,05$ maka berpengaruh, sebaliknya $> 0,05$ maka tidak berpengaruh.
7. Uji Koefisien Determinasi : Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian validitas dari kuesioner yang terdiri dari 3 variabel ini menunjukkan bahwa 17 kuesioner telah diisi oleh 56 responden dan 30 responden yang masuk dalam kriteria penelitian ini. Salah satu cara untuk menentukan kuesioner mana yang valid dan mana yang tidak valid adalah dengan mengetahui tabelnya terlebih dahulu. Ada 17 kuisisioner yang dianggap valid, karena rumus r tabel adalah $df = N-2$ dan $30-2 = 28$, sehingga r tabel = 0.3610. Hasil perhitungan validitas menunjukkan bahwa r hitung $> r$ tabel.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen (r Hitung)

Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	P(Sig.)	Keterangan
Y1.1	0,691	0,3610	0,001	Valid
Y1.2	0,778	0,3610	0,001	Valid
Y1.3	0,845	0,3610	0,001	Valid
Y1.4	0,760	0,3610	0,001	Valid
Y1.5	0,672	0,3610	0,001	Valid
X1.1	0,575	0,3610	0,001	Valid
X1.2	0,800	0,3610	0,001	Valid
X1.3	0,710	0,3610	0,001	Valid
X1.4	0,714	0,3610	0,001	Valid
X1.5	0,823	0,3610	0,001	Valid
X1.6	0,602	0,3610	0,001	Valid
X2.1	0,737	0,3610	0,001	Valid
X2.2	0,876	0,3610	0,001	Valid
X2.3	0,837	0,3610	0,001	Valid
X2.4	0,837	0,3610	0,001	Valid
X2.5	0,816	0,3610	0,001	Valid
X2.6	0,730	0,3610	0,001	Valid

Sumber : IBM SPSS 29



Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji reliabilitas terhadap variabel kepatuhan wajib pajak (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,793	5

Sumber : IBM SPSS 29

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel kepatuhan wajib pajak Generasi Z (Y) seperti tabel diatas bahwa *cronbach's alpha* sebesar $0,793 > 0,60$. Bisa disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel Y semuanya dapat dipercaya atau reliabel.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,792	6

Sumber : IBM SPSS 29

Hasil uji reliabilitas untuk variabel kesadaran wajib pajak (X1) menunjukkan bahwa *alfa cronbact* untuk variabel ini lebih besar dari pada nilai dasar, yaitu $0,792 > 0,60$. Hasil ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang dibuat tentang variabel (X1) dapat diterima dan dapat diandalkan.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Variabel Sosialisasi Pajak (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,892	6

Sumber : IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel hasil, hasil uji reliabilitas variabel Sosialisasi Pajak (X2) menunjukkan bahwa *alfa cronbact* $0,892 > 0,60$, sehingga semua pernyataan yang dibuat tentang variabel ini dapat diterima dan dapat diandalkan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,75405392
Most Extreme Differences	Absolute	,128
	Positive	,128
	Negative	-,054
Test Statistic		,128
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,240
	99% Confidence Interval Lower Bound	,229
	Upper Bound	,251

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

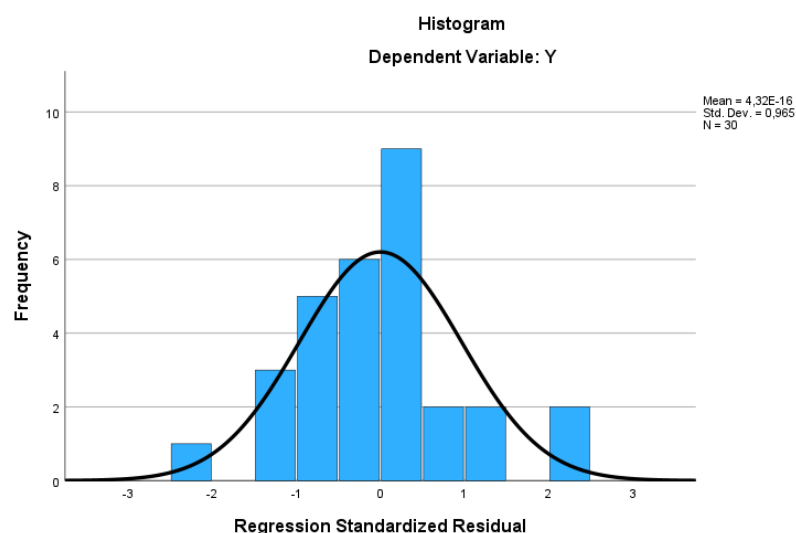
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : IBM SPSS 29

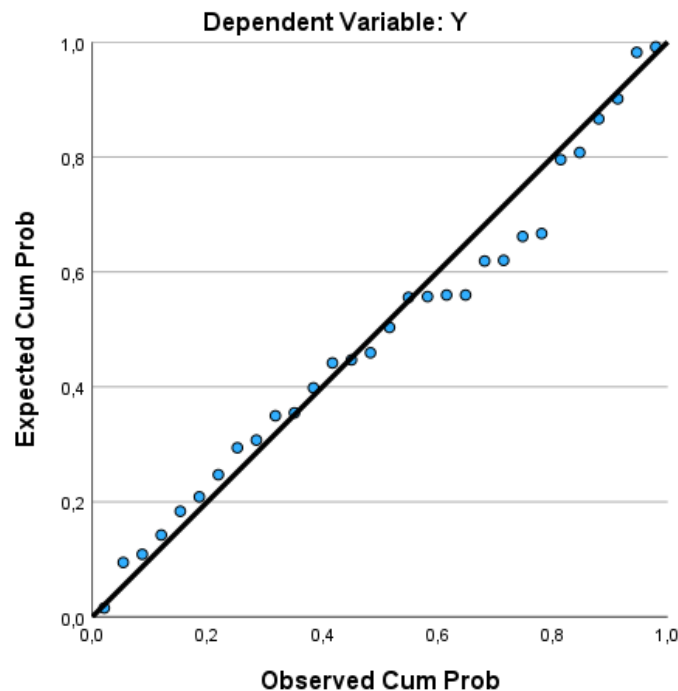
Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Variabel X Terhadap Variabel Y Histogram



Sumber : IBM SPSS 29

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas Variabel X Terhadap Variabel Y P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : IBM SPSS 29

Berdasarkan dari tabel 5, tabel 6 dan tabel 7 yang terdapat hasil uji klasik normalitas histogram grafik berbentuk landai seperti gunung maka dapat dikatakan pola terdistribusi normal, kemudian hasil uji normalitas P-P Plot menunjukkan garis diagonal maka dapat dikatakan pola terdistribusi normal. Dan dari hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov Test didapatkan hasil sebesar 0,200. Jika nilai asymp. sig. pada tabel $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar yang artinya terdistribusi normal.

Table 8. Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

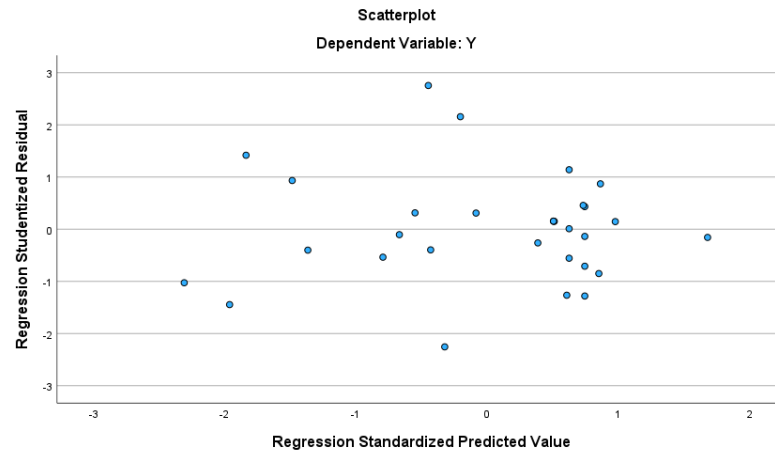
Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,441	3,086		,791	,436		
	X1	,503	,150	,517	3,344	,002	,615	1,625
	X2	,258	,116	,342	2,216	,035	,615	1,625

a. Dependent Variable: Y

Sumber : IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas, maka diketahui bahwa nilai VIF variabel (X1) dan variabel (X2) adalah $1,625 < 10$ dan nilai *tolerance value* sebesar $0.615 > 0,1$ maka dapat dikatakan data tersebut tidak terjadi multikolonearitas.

Tabel 9. Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas



Sumber : IBM SPSS 29

Dengan melihat grafik Scatterplot di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak digunakan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi pada R Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,777 ^a	,603	,574	1,81786

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber : IBM SPSS 29

Berdasarkan tabel 10 dipengaruhi nilai koefisien R square sebesar 0,603 atau 60,3 % jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (X1) dan Sosialisasi Pajak X2 terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) sebesar 0,603.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda (Coefficients)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,441	3,086		,791	,436
	X1	,503	,150	,517	3,344	,002
	X2	,258	,116	,342	2,216	,035

a. Dependent Variable: Y

Sumber : IBM SPSS 29

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2$$

$$= 2,441 + 0,503 + 0,258$$

- Nilai A sebesar 2,441 merupakan konstanta atau keadaan saat variable Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) belum dipengaruhi oleh variable lainnya yaitu variable Kesadaran Wajib Pajak (X1) dan Sosialisasi Pajak (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel Kepatuhan Wajib Pajak (Y) tidak mengalami perubahan.
- B1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,503, menunjukkan bahwa variabel Kesadaran Wajib Pajak (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Kesadaran Wajib Pajak (X1) maka akan mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) sebesar 0,503, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- B2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,258 menunjukkan bahwa variabel Sosialisasi Pajak (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Sosialisasi Pajak (X2) maka akan mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) sebesar 0,258, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji F

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135,742	2	67,871	20,538	<,001 ^b
	Residual	89,224	27	3,305		
	Total	224,967	29			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : IBM SPSS 29

Dari tabel 12 dapat diketahui nilai signifikansi untuk Kesadaran Wajib Pajak (X1) dan Sosialisasi Pajak (X2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan



f hitung $20,538 >$ nilai f table 3,35. Hal tersebut membuktikan bahwa H_03 ditolak dan H_{a3} diterima. Artinya terdapat pengaruh Kesadaran Wajib Pajak (X1) dan Sosialisasi Pajak (X2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) secara signifikan.

Hasil Uji t

Tabel 13. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,441	3,086		,791	,436
	X1	,503	,150	,517	3,344	,002
	X2	,258	,116	,342	2,216	,035

a. Dependent Variable: Y

Sumber : IBM SPSS 29

Sesuai dengan Tabel 13 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Kesadaran Wajib Pajak (X1) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) adalah $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,344 >$ nilai t table 2,052 maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima. Artinya terdapat pengaruh Kesadaran Wajib Pajak (X1) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) secara signifikan.

Sesuai dengan Tabel 13 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Sosialisasi Pajak (X2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) adalah $0,035 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,216 >$ nilai t table 2,052 maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima. Artinya terdapat pengaruh Sosialisasi Pajak (X2) terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z (Y) secara signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak, maka semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak Generasi Z dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.
2. Sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z. Dengan demikian, sosialisasi pajak yang dilakukan secara efektif dapat meningkatkan pemahaman dan kepatuhan wajib pajak Generasi Z.
3. Kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Fardiansyah, H., & Yuliarini, S. (2025). *Pengaruh Pengetahuan Pajak, Gaya Hidup, Kesadaran Wajib Pajak Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Gen Z. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 21(1), 53–62.
- Maulida, D. N., & Chairina, S. W. (2026). *Pengaruh Literasi Pajak, Sanksi Pajak, dan Pemanfaatan Sistem Digitalisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z dengan Sosialisasi Pajak sebagai Variabel Moderasi. Journal Of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 5(1), 72–82.
- Maulidyah, N., & Retnani, E. D. (2026). *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Efektivitas Sistem*



- Perpajakan, Dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Perpajakan Pada Generasi Z. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 15.*
- Mendropa, F., & Purba, D. M. (2025). *Pengaruh Kesadaran Generasi Z dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak. Jurnal KREATIF (Kajian Riset Ekonomi Dan Bisnis Inovatif), 01(02), 1–13.*
- Oktaviani, N., & Kurniawati, L. (2026). *Pengaruh Tax Morale , Kesadaran Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Calon Wajib Pajak Generasi Z. Atestasi : Jurnal Ilmiah Akuntansi, 9(1), 117–126.*
- Winarni, S., Rifaldi, M., Evi, T., & Pardede, N. (2026). *Pengaruh Pengetahuan , Sosialisasi , dan Reformasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Generasi Z : Peran Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Ilimiah Manajemen Dan Kewirausahaan, 5, 120–131.*