

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Telaah Pustaka

2.1.1 Teory Atribusi (*Attribution Theory*)

Fritz Heider pertama kali mengemukakan teori atribusi pada tahun 1958, selanjutnya dikembangkan oleh Harlod Kelly pada tahun 1972. Teori atribusi menurut Fritz Heider adalah bagaimana seseorang menjelaskan penyebab perilaku orang lain atau dirinya sendiri. Secara sederhana, teori ini menjelaskan alasan seseorang memilih tindakan tertentu untuk menghadapi masalah yang sedang dialami (Dwinanda *et al.*, 2021). Teori atribusi menjelaskan bagaimana seseorang merespon suatu peristiwa berdasarkan apa yang mereka lihat di lingkungan sekitarnya, dengan memahami alasan di balik kejadian yang mereka alami. Sumber atau penyebab suatu individu berperilaku didasarkan pada dua hal, yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Robbins & Judge, 2015).

Teori atribusi sangat relevan dengan kepatuhan wajib pajak karena berkaitan dengan perilaku wajib pajak sesuai keadaan dalam menilai pajaknya, dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal. Penelitian ini variabel yang termasuk dalam faktor internal yaitu kesadaran wajib pajak dan *love of money*. Kesadaran wajib pajak menjadi suatu sikap dimana Wajib Pajak mengetahui dan memahami perihal kewajiban perpajakannya (Cantika & Hadi, 2023).

Begitu pula sebaliknya dengan variabel *love of money* yang dapat mempengaruhi perilaku individu tersebut karena individu yang memiliki kecintaan uang tinggi cenderung beranggapan membayar pajak sebagai beban yang harus dihindari yang mana lebih mengutamakan keuntungan pribadi. Sedangkan variabel yang termasuk dalam faktor eksternal yaitu sosialisasi perpajakan menjadi motivasi yang berasal dari informasi pajak untuk melaksanakan kewajibannya dalam membayar pajak karena individu tersebut memiliki nilai-nilai moral yang kuat, hal ini individu lakukan karena adanya paksaan atau teguran dari pemerintah untuk membayar pajak tepat pada waktunya.

2.1.2 Kepatuhan Wajib Pajak

Penerimaan negara sangat bergantung pada kepatuhan dan ketaatan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban pembayaran pajaknya. Apabila wajib pajak memenuhi kewajibannya dengan membayar pajak secara tepat waktu, penerimaan negara akan mengalami peningkatan. Sebaliknya, apabila wajib pajak tidak melaksanakan kewajiban pajaknya atau tidak patuh, maka penerimaan negara akan cenderung menurun (Hartanti *et al.*, 2022). Sedangkan menurut Ardhyatama *et al* (2024), menyatakan bahwa terdapat berbagai faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepatuhan Wajib Pajak, antara lain sistem administrasi perpajakan, kualitas pelayanan terhadap Wajib Pajak, kebijakan tarif pajak, efektivitas pemeriksaan pajak, penegakan hukum perpajakan, serta tingkat pengetahuan dan pemahaman Wajib Pajak

terhadap kewajiban perpajakan. Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), khususnya dari penerimaan pajak kendaraan bermotor, sangat dipengaruhi oleh tingkat kesadaran Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Apabila Wajib Pajak melaksanakan kewajiban pembayaran pajak kendaraan bermotor secara tepat waktu dan sesuai ketentuan, maka Wajib Pajak tersebut dapat dikategorikan sebagai patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya (Milleani & Maryono, 2020). Ketentuan dan peraturan perpajakan perlu disosialisasikan kepada Wajib Pajak agar mereka memahami kewajibannya, termasuk melaporkan pajak secara benar dan mengetahui apakah masih terdapat kekurangan pembayaran pajak yang harus dilunasi atau cukup hanya melaporkan saja (Samosir *et al.*, 2021).

2.1.3 Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi adalah faktor eksternal yang bisa memengaruhi niat wajib pajak untuk berperilaku, terutama soal kepatuhan pajak. Sosialisasi pajak ini merupakan upaya pemerintah, khususnya otoritas perpajakan, untuk memberikan informasi, pengetahuan, dan pemahaman tentang pajak kepada wajib pajak (Firmansyah, 2022). Sosialisasi yang optimal membuat wajib pajak memahami pentingnya membayar pajak, kebijakan perpajakan yang berlaku dan mekanisme pembayaran pajak, sehingga menumbuhkan kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak (Ardiyanti & Supadmi, 2020).

Sosialisasi perpajakan harus dilakukan sebaik mungkin karena jika tidak maka kurangnya pemahaman wajib pajak akan mempengaruhi bagaimana pelaksanaan kewajiban perpajakannya (Ardiyanti & Supadmi, 2020). Penerapan sosialisasi perpajakan yang optimal akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak terhadap tanggung jawab pajak kendaraan bermotor.

2.1.4 Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajiban membayar pajak seharusnya muncul dari diri sendiri, tanpa paksaan dan dengan rasa ikhlas (Hartanti *et al.*, 2022). Menurut Milleani & Maryono (2020), menyatakan bahwa Kesadaran wajib pajak adalah kondisi di mana seseorang punya kemampuan dan kemauan untuk memenuhi kewajiban pajaknya, mulai dari memahami, menghargai, hingga mematuhi aturan perpajakan yang berlaku. Kesadaran perpajakan mencakup pemahaman terhadap undang-undang perpajakan, fungsi pajak, serta kewajiban perpajakan. Wajib pajak diharapkan mampu menghitung, membayar, dan melaporkan pajak secara sukarela sesuai dengan ketentuan yang berlaku sebagai bagian dari upaya memenuhi fungsi pemerintahan (Ismail *et al.*, 2024).

Menurut Rahayu (2020: 196) wajib pajak memiliki kesadaran dalam perpajakan apabila:

1. Wajib pajak memiliki pengetahuan tentang peraturan perpajakan kemudian mengekspresikan pengetahuannya tersebut pada perilakunya terkait kewajiban perpajakan.
2. Wajib pajak memiliki pengetahuan selanjutnya memahaminya sehingga dapat menyelesaikan kewajiban perpajakannya.
3. Wajib pajak memiliki pemahaman peraturan perpajakan dan menggunakannya dalam pengambilan keputusan menyikapi kewajiban perpajakannya.

Kesadaran ini muncul sebagai itikad baik dari hati yang tulus dan ikhlas untuk membayar pajak. Setelah mendapatkan pengetahuan melalui sosialisasi perpajakan, wajib pajak seharusnya memiliki kesadaran diri untuk memenuhi kewajiban tersebut.

2.1.5 *Love of Money*

Uang sering dianggap sebagai sumber kebahagiaan bagi banyak orang. Setiap orang punya cara yang berbeda untuk mengelola atau mendapatkan uang. Tapi, dampaknya bisa buruk kalau ada yang tidak menjalankan kewajibannya atau malah mengambil sesuatu yang bukan haknya (Jelanti *et al.*, 2024). Uang jadi hal yang penting banget dalam kehidupan sehari-hari karena dipakai untuk memenuhi kebutuhan. Bahkan, uang sering dijadikan ukuran kesuksesan, motivasi, atau simbol kejayaan. Karena itu, salah satu alasan yang bisa membuat wajib

pajak cenderung menghindari pajak adalah faktor uang (Wiharsianti & Hidayatulloh, 2023). Menurut Meizar *et al* (2024), cinta uang itu adalah istilah buat menggambarkan rasa suka atau ketergantungan seseorang pada uang, termasuk segala hal atau tindakan yang berkaitan sama uang. Sikap cinta uang yang berlebihan bisa membuat seseorang terus-menerus berlomba buat dapetin uang. Kalau sudah terlalu cinta sama uang, orang bisa terdorong buat ngelakuin hal-hal yang nggak benar, kayak ngindarin pajak atau bahkan berbuat curang demi dapetin lebih banyak uang. Sikap cinta uang yang terlalu tinggi juga bisa berujung pada penggelapan pajak, yang jelas tidak etis. Faktor lain yang memengaruhi hal ini adalah *money ethics*, di mana etika soal uang ini berhubungan langsung sama perilaku yang tidak etis (Hadian & Ernandi, 2022).

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat tentang pengaruh sosialisasi perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor kabupaten tegal dengan *love of money* sebagai variabel mediasi:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil
Artin Milleani, Maryono, 2020	Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi	Variabel <i>Love of Money</i> , Alat Uji SmartPLS dan Objek Penelitian	1. Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan

Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil
	Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak dan SAMSAT Keliling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Kendal	yaitu SAMSAT Kabupaten Tegal	signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Kendal 2. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Kendal.
Nisak Mutingatun, Amir Hidayatullo h, 2020	Etika Uang Dan Kecurangan Pajak: Religiusitas Intrinsik, Religiusitas Ekstrinsik, Gender, Materialisme, Dan Cinta Uang Sebagai Variabel Moderasi	Variabel Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak, Alat Uji SmartPLS Dan Objek Penelitian yaitu SAMSAT Kab.Tegal	<i>Love of Money</i> mampu memoderasi pengaruh antara etika uang terhadapkecurangan pajak.
Hendrik E. S. Samosir, Hanna M. Damanik, Martin Luter Purba, 2021	Analisis Dampak Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pengetahuan	Variabel Love of Money, Alat Uji SmartPLS dan Objek Penelitian yaitu SAMSAT Kabupaten Tegal	Sosialisasi perpajakan tidak memberikan pengaruh pada kepatuhan wajib pajak

Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil
	Perpajakan Sebagai Variabel Intervening pada Pegawai Rumah Sakit Estomihi Medan		
Hartanti, Ratiyah, Eka Dyah Setyaningsih, Dilla Rizky Amelia, 2022	Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Kabupaten Bandung Barat	Variabel <i>Love of Money</i> , Alat Uji SmartPLS dan Objek Penelitian yaitu SAMSAT Kabupaten Tegal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi Perpajakan mempengaruhi secara individu serta bersama-sama (simultan) terhadap Kepatuhan WP Kendaraan Bermotor di area Kabupaten Bandung Barat 2. Kesadaran WP berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Kepatuhan WP Kendaraan Bermotor di Kabupaten Bandung Barat
Anti Azizah Aprilianti, 2021	Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak,	Variabel <i>Love of Money</i> dan Sosialisasi	1. Variabel Sosialisasi Perpajakan

Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil
	Sosialisasi Perpajakan, Insentif Pajak, Dan Sistem <i>E-Samsat</i> Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Masa Pandemi Covid-19	Perpajakan, Alat Uji SmartPLS dan Objek Penelitian yaitu SAMSAT Kabupaten Tegal	berpengaruh signifikan terhadap - Kepatuhan Wajib Pajak selama pandemi Covid-19 2. Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak selama pandemi Covid-19
Airlangga Ardhyatam, Penta Widyartati, Sri Wiranti Setiyanti, Fajar Suryatama, 2024	Analisis Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor	Variabel <i>Love of Money</i> dan Sosialisasi Perpajakan, Alat Uji SmartPLS dan Objek Penelitian yaitu SAMSAT Kabupaten Tegal	Kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak

Sumber : Data diolah, (2025)

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor

Sosialisasi perpajakan merupakan suatu upaya memberikan informasi perpajakan untuk menghasilkan pengetahuan tentang perpajakan agar terdorong untuk paham tentang pajak. Sosialisasi Perpajakan perlu dilaksanakan dengan maksimal karena jika tidak, maka akan berdampak pada rendahnya pengetahuan wajib pajak dan pelaksanaan kewajiban perpajakannya tidak dapat berjalan dengan baik (Aprilianti, 2021).

Teori Atribusi menunjukkan bahwa perilaku seseorang yang dapat membuat keputusan yang dipengaruhi beberapa faktor, salah satunya faktor sosialisasi perpajakan. Sosialisasi perpajakan berdasarkan teori atribusi merupakan faktor eksternal. Wajib pajak akan melihat sosialisasi perpajakan yang dilakukan otoritas perpajakan sebagai mendorong wajib pajak untuk patuh atau tidak dalam memenuhi kewajiban pajak.

Hasil Penelitian yang dilakukan Milleani & Maryono (2020), menyatakan bahwa Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Hartanti *et al* (2022), menunjukkan bahwa Sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib

pajak kendaraan bermotor. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor.

2.2.2 Pengaruh Kesadaran Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Kendaraan Bermotor

Kesadaran wajib pajak adalah sikap di mana wajib pajak paham dan mau menjalankan kewajibannya untuk bayar pajak serta melaporkan semua penghasilannya secara jujur tanpa ada yang disembunyikan, sesuai aturan yang berlaku (Ardhyatama *et.al* 2024). Hal ini sejalan dengan teori atribusi bahwa penyebab perilaku seseorang atau diri kita sendiri, yang mana nantinya akan membentuk suatu kesan. Semakin tinggi tingkat kesadaran wajib pajak maka semakin baik juga pemahaman memenuhi kewajiban pajaknya. Hasil penelitian yang dilakukan Aprilianti (2021), menyatakan bahwa Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Penelitian serupa dengan Hartanti *et al* (2022), yang menunjukkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor.

2.2.3 Pengaruh *Love Of Money* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Love Of Money atau kecintaan akan uang merupakan persepsi individu dalam menunjukkan kasih sayangnya terhadap uang (Harfiani *et al.*, 2023). Dalam kehidupan sehari-hari uang merupakan hal yang sangat penting, maka dari itu uang juga dapat memicu seseorang dalam pelanggaran (Jelanti *et al.*, 2024). Berdasarkan teori atribusi, bahwa perilaku seseorang yang dapat membuat keputusan yang dipengaruhi beberapa faktor. Apabila seseorang mempunyai sikap *love of money*, kecintaan seseorang terhadap uang berbeda tergantung pada kebutuhan yang mereka miliki. Hasil penelitian yang dilakukan Jelanti *et al* (2024), menyatakan bahwa *love of money* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan. Penelitian serupa dengan *love of money* berpengaruh negatif terhadap kepatuhan pajak (Nugroho & Hidayatulloh, 2023). Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Love of money* berpengaruh terhadap kepatuhan pajak kendaraan bermotor.

2.2.4 Pengaruh *Love Of Money* Memediasi Pengaruh Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Kepatuhan wajib pajak adalah suatu keadaan wajib pajak memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak dan melaksanakan hak perpajakannya (Sabtohadhi *et al.*, 2021). Berdasarkan teori atribusi

terhadap kepatuhan wajib pajak, penyebab perilaku patuh atau tidaknya seorang wajib pajak dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Wajib pajak yang sudah mengetahui tentang perpajakan akan melaksanakan kewajiban perpajakan maupun hak perpajakannya, maka akan muncul didalam diri seseorang moral yang baik untuk lebih taat dalam membayar pajak dan tingkat kecintaan terhadap uang agar dapat mengelola uangnya dengan baik tanpa mengeluarkan biaya lebih untuk membayar denda yang dikenakan terhadap pelanggaran pajak sehingga seseorang lebih memilih meningkatkan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Dari hal tersebut menjadikan sosialisasi perpajakan sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Sedangkan *love of money* sebagai faktor internal yang berasal dari pribadi seseorang wajib pajak itu sendiri yang berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Menurut penelitian Savira, (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Love of money* memiliki pengaruh negative terhadap kepatuhan wajib pajak (Nugroho & Hidayatulloh, 2023). Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

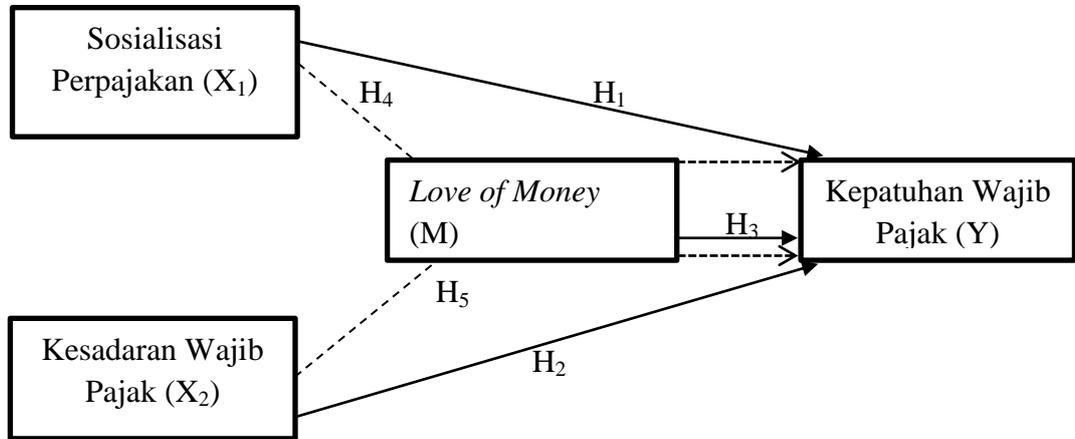
H₄: *Love of Money* mampu memediasi pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

2.2.5 Pengaruh *Love Of Money* Memediasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Kesadaran wajib pajak berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan, karena semakin tinggi kesadaran, semakin tinggi pula kepatuhannya (Aswati *et al* ,2018). *Love of money* dianggap penting karena semakin tinggi sikap seseorang terhadap uang maka akan semakin cermat dalam mengelola keuangannya, sedangkan semakin rendah sikap seseorang terhadap uang maka akan dianggap boros dalam mengelola keuangannya (Simange *et al.*, 2022). Sikap *love of money* dapat membuat seseorang untuk melakukan segala cara supaya memiliki banyak uang salah satunya yaitu menghemat pengeluaran dengan menghindar dari kewajiban perpajakannya (Mutingatun & Hidayatulloh, 2020). Jika wajib pajak memiliki tingkat *Love of Money* yang tinggi maka dapat membuat wajib pajak memiliki kesadaran yang rendah dalam membayar pajak, karena biasanya tidak mau mengeluarkan uang untuk memenuhi perpajakannya. Menurut Milleani & Maryono (2022) Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Love of money* memiliki pengaruh negatif terhadap kepatuhan wajib pajak (Nugroho & Hidayatulloh, 2023). Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₅: *Love of Money* mampu memediasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

2.3 Kerangka Model Penelitian



Sumber: Data diolah (2025)

Gambar 2.1 Kerangka Model Penelitian