

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

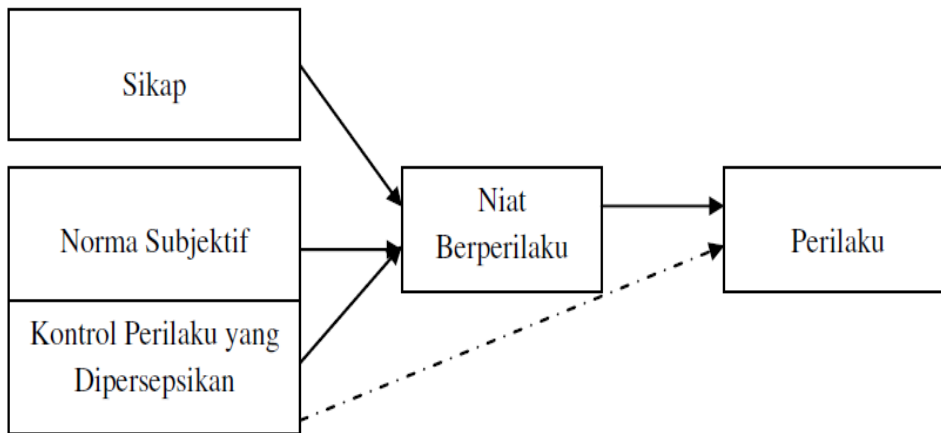
Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang telah dikemukakan sebelumnya oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Ajzen's mengatakan TPB telah diterima secara luas sebagai alat untuk menganalisis perbedaan antara sikap dan niat serta sebagai niat dan perilaku.

Pada awalnya Ajzen dan Fishbein (1975) memperkenalkan *theory of reasoned action* yang meyakini bahwa manusia pada umumnya menggunakan rasionalitas dan informasi secara sistematis didalam melakukan tindakan. Implikasi atau akibat-akibat dari perilaku akan dipertimbangkan terlebih dulu sebelum memutuskan untuk melakukan perilaku atau tidak melakukan perilaku. Menurut Eagly & Chaiken, (1993), perilaku ini merupakan sebuah perilaku *volitional*, yaitu perilaku yang dilakukan orang karena mereka telah memutuskan untuk berperilaku. Dalam *theory of reasoned action*, niat (*intention*) merupakan fungsi dari dua determinan dasar, yaitu determinan internal pribadi dan determinan eksternal atau pengaruh sosial. Determinan internal pribadi atau diri pribadi merupakan sikap seseorang yang melatar belakangi suatu perilakunya. Sedangkan determinan eksternal berupa pengaruh sosial merupakan persepsi seseorang mengenai pengaruh lingkungan sosialnya berkenaan dengan perilakunya apakah akan melakukan suatu perilaku atau tidak melakukannya. Keyakinan atau asumsi lainnya adalah perilaku umumnya secara sadar berada dalam control individu yang bersangkutan. Sedangkan determinan langsung dari perilaku adalah niat atau *intention* dari pribadi untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.

Ajzen (1988) yang mengembangkan *theory of planned behavior* menganggap bahwa teori *theory of reasoned action* belum menjelaskan mengenai perilaku yang tidak dapat dikendalikan sepenuhnya oleh individu yang dianggap sebagai kekuatan atau sumber daya yang juga dibutuhkan dalam melakukan perilaku. Itulah sebabnya sehingga dalam rangka pengembangan teori sebelumnya Ajzen menambahkan sebuah determinan lagi, yaitu *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku yang dipersepsikan. Determinan ini berkenaan dengan persepsi tentang mudah atau tidaknya suatu perilaku untuk dilakukan. Dengan demikian dalam *theory of planned behavior* niat untuk berperilaku atau *intention* dipengaruhi oleh tiga variabel yaitu sikap dan norma subjektif, serta *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku

yang dipersepsikan (Ajzen, 1988). Sedangkan determinan langsung dari perilaku, seperti halnya *theory of reasoned action*, adalah niat atau *intention*. Namun demikian menurut Ajzen (1988), *perceived behavior control* dapat mempengaruhi langsung

perilaku tanpa melalui niat. Secara skematis *theory of planned behavior* dapat digambarkan sebagai berikut



**Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1988)**

Ajzen dan Fishben (1988) menyempurnakan Theory of Reasoned Action (TRA) dan memberikan nama TPB. TPB menjelaskan mengenai perilaku yang dilakukan individu timbul karena adanya niat dari individu tersebut untuk berperilaku dan niat individu disebabkan oleh beberapa faktor internal dan eksternal dari individu tersebut. Sikap individu terhadap perilaku meliputi kepercayaan mengenai suatu perilaku, evaluasi terhadap hasil perilaku, norma subyektif, kepercayaan normatif dan motivasi untuk patuh (Sulistomo dan Prastiwi 2011).

Teori ini menjelaskan bahwa suatu model psikologi sosial yang sangat sering digunakan untuk meramalkan perilaku seseorang. TPB dibuat untuk meramalkan dan menjelaskan tingkah seseorang dalam konteks yang spesifik. TPB merupakan prediksi perilaku yang lebih baik karena diselaraskan oleh niat dalam melaksanakan perilaku (Fatmawati, 2016).

Niat untuk berperilaku ditentukan oleh tiga faktor (Mustikasari, 2007), yaitu:

1. *Behavioral Beliefs*, merupakan keyakinan yang dimiliki individu terhadap hasil dari suatu perilaku dan evaluasi atas hasil yang diperoleh.
2. *Normative Beliefs*, yaitu keyakinan tentang harapan normatif yang dimiliki orang lain serta motivasi untuk memenuhi harapan.
3. *Control Beliefs*, merupakan keyakinan tentang keberadaan hal- hal yang

mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal tersebut mendukung dan menghambat perilakunya (*perceived power*).

### 2.1.2 Teori Perilaku

Perilaku manusia itu didorong oleh motif tertentu sehingga manusia itu berperilaku. Dalam hal ini ada beberapa teori, diantara teori- teori tersebut dapat dikemukakan:

1. Teori insting dikemukakan oleh Mc Dougall sebagai pelopor dari psikologi sosial, yang menerbitkan buku psikologi sosial yang pertama kali, dan mulai saat itu psikolog sosial menjadi pembicaraan yang cukup menarik. Menurut Mc Dougall perilaku itu disebabkan karena insting, dan Mc Doughall menganjurkan suatu daftar insting. Insting merupakan perilaku yang bawaan, dan insting akan mengalami perubahan karena pengalaman. Pendapat Mc Doughall ini mendapat tanggapan yang cukup tajam dari F. Alport yang menerbitkan buku psikologi sosial pada tahun 1924, yang berpendapat bahwa perilaku manusia itu di sebabkan karena faktor, termasuk orang-orang yang ada disekitarnya dengan perilakunya.
2. Teori dorongan (*drive theory*)  
Teori ini bertitik tolak pada pandangan bahwa organisme itu mempunyai dorongan-dorongan atau drive tertentu. Dorongan- dorongan ini berkaitan dengan kebutuhan organisme yang mendorong organisme berperilaku. Bila organisme itu mempunyai kebutuhan dan organisme ingin memenuhi kebutuhannya maka akan terjadi ketegangan dalam diri organisme itu. Bila organisme berperilaku dan dapat memenuhi kebutuhannya, maka akan terjadi pengurangan atau reduksi dari dorongan-dorongan tersebut. Karena itu teori ini menurut Hull disebut teori *drive reduction*.
3. Teori insentif (*incentive theory*)  
Teori ini bertitik tolak pada pendapat bahwa perilaku organisme itu disebabkan karena adanya insentif. Dengan insentif maka akan mendorong organisme berbuat atau berperilaku. Insentif atau juga disebut sebagai reinforcement ada yang positif dan ada yang negatif. reinforcement yang positif adalah berkaitan dengan hadiah, sedangkan reinforcement yang negatif berkaitan dengan hukuman. Reinforcement yang positif akan mendorong organisme dalam berbuat, sedangkan yang negatif akan dapat menghambat dalam organisme berperilaku. Iniberarti bahwa perilaku timbul karena adanya

insentif atau reinforcement. Perilaku semacam ini dikupas secara tajam dalam psikologi belajar.

#### 4. Teori Atribusi

Teori ini ingin menjelaskan sebab-sebab perilaku orang apakah perilaku itu disebabkan oleh disposisi internal (misal, motif atau sikap) ataukah oleh keadaan eksternal. Teori ini dikemukakan oleh Fritz Heider dan, teori ini menyangkut lapangan psikologi sosial. Pada dasarnya perilaku manusia itu dapat atribusi internal, tetapi juga dapat atribusi eksternal. Mengenai hal ini lebih lanjut akan dibicarakan dibagian belakang.

#### 5. Teori Kognitif

Apabila seseorang harus memilih perilaku mana yang mesti dilakukan, maka yang bersangkutan akan memilih alternatif perilaku yang akan membawa manfaat yang sebesar-besarnya bagi yang bersangkutan. Ini yang disebut sebagai model *subjective expected utility* (SEU). Dengan kemampuan memilih ini berarti faktor berfikir berperan dalam menentukan pemilihannya. Dengan kemampuan berfikir seseorang akan dapat melihat apa yang telah terjadi sebagai bahan pertimbangannya disamping melihat apa yang dihadapi pada waktu sekarang dan juga dapat melihat kedepan apa yang akan terjadi dalam seseorang bertindak. Dalam model SEU kepentingan pribadi yang menonjol. Tetapi dalam seseorang berperilaku kadang-kadang kepentingan pribadi dapat disingkirkan.

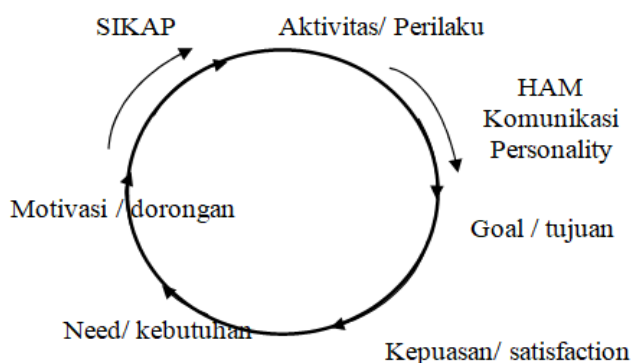
### 2.1.2.1 Perilaku Manusia

Semua kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar (Notoatmodjo, 2005). Psikologi memandang perilaku manusia (*Human Behavior*) sebagai reaksi yang dapat bersifat sederhana maupun bersifat kompleks. Perilaku secara luas tertentu tidak hanya dapat ditinjau dalam kaitannya dengan sikap manusia. Pembahasan perilaku dari teori motivasi, dari sisi teori belajar, dan dari sudut pandang lain, akan memberikan penekanan yang berbeda-beda. Namun satu hal selalu dapat disimpulkan, yaitu bahwa perilaku manusia tidaklah sederhana untuk dipahami dan diprediksikan. Begitu banyak faktor-faktor internal dan eksternal dari dimensi masa lalu, saat ini, dan masa datang yang ikut mempengaruhi perilaku manusia.

Disamping berbagai faktor penting seperti hakikat stimulus itu sendiri, latar belakang pengalaman individu, motivasi, status kepribadian, dan sebagainya. Memang sikap individu memegang peranan dalam menentukan bagaimanakah perilaku seseorang dilingkungkannya. Pada gilirannya, lingkungan secara timbal balik akan mempengaruhi sikap dan perilaku. Interaksi antara situasi lingkungan

dengan sikap, dengan berbagai faktor didalamnya maupun diluar diri individu akan membentuk suatu proses kompleks yang akhirnya menentukan bentuk perilaku seseorang (Azwar, 2005).

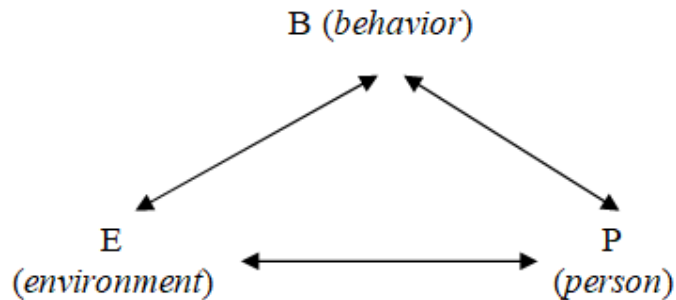
Berbicara tentang perilaku manusia itu selalu unik / khusus. Artinya tidak sama antar dan inter manusianya, baik dalam hal kepandaian, bakat, sikap, minat, maupun kepribadian. Manusia berperilaku atau beraktifitas karena adanya tujuan untuk mencapai suatu tujuan atau global. Dengan adanya need atau kebutuhan diri seseorang maka akan muncul motivasi atau penggerak / pendorong, sehingga manusia atau individu itu beraktifitas / berperilaku, baru tujuan tercapai dan individu mengalami kepuasan. Siklus melingkar kembali memenuhi kebutuhan berikutnya atau kebutuhan yang lain dan seterusnya dalam suatu proses terjadinya perilaku manusia (Widyatun, 1999).



Sumber : Widyatun, 1999

### Gambar 2. 2 Teori Lingkungan

Sedangkan menurut Bandura (1977) mengemukakan suatu formulasi mengenai perilaku, dan sekaligus dapat memberikan informasi bagaimana peran perilaku itu terhadap lingkungan dan terhadap individu atau organisme yang bersangkutan. Formulasi Bandura berwujud  $B=behavior$ ,  $E=environment$ ,  $P=person$  atau organisme. Perilaku lingkungan dan individu itu sendiri saling berinteraksi satu dengan yang lain. Ini berarti bahwa perilaku individu dapat mempengaruhi individu itu sendiri, disamping itu perilaku juga berpengaruh pada lingkungan, demikian pula lingkungan, dapat mempengaruhi individu, demikian sebaliknya (Walgito, 2003).



Sumber : Walgito, 2003

**Gambar 2. 3 Formulasi Bandura**

### 2.1.2.2 Jenis perilaku

Sebagaimana diketahui bahwa perilaku / aktifitas yang ada pada individu atau organisme itu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari adanya stimulus atau rangsang yang mengenai individu atau organisme itu. Perilaku atau aktifitas itu merupakan jawaban atau respon terhadap stimulus yang mengenainya.

Skinner (1976) membedakan perilaku menjadi (a) perilaku yang mengalami (*innate behavior*), (b) perilaku operan (*operant behavior*). Perilaku alami yaitu perilaku yang dibawa sejak organisme dilahirkan, yakni yang berupa reflek-reflek dan insting, sedangkan perilaku operan yaitu perilaku yang dibentuk melalui proses belajar (Walgito, 2003).

### 2.1.2.3 Pembentukan Perilaku

Menurut Walgito (2003), pembentukan perilaku dibagi menjadi 3 cara sesuai keadaan yang diharapkan, yakni :

1. Cara pembentukan perilaku dengan kondisioning atau kebiasaan salah satu cara pembentukan perilaku dapat ditempuh dengan kondisioning atau kebiasaan. Dengan cara membiasakan diri untuk berperilaku seperti yang diharapkan, akhirnya akan terbentuklah perilaku tersebut. Cara ini didasarkan atas teori belajar kondisioning baik dikemukakan oleh Pavlov maupun oleh Thorndike dan Skinner terdapat pendapat yang tidak seratus persen sama, namun para ahli tersebut mempunyai dasar pandangan yang tidak jauh berbeda satu dengan yang lain. Kondisioning Pavlov dikenal dengan kondisioning klasik, sedangkan kondisioning Thorndike dan skinner dikenal sebagai kondisioning operan. Walaupun demikian ada yang menyebut kondisioning Thordike sebagai kondisioning instrumental, dan kondisioning Skiner sebagai kondisioning operan. Seperti telah dipaparkan di depan atas dasar pandangan ini untuk

- pembentukan perilaku didasarkan dengan kondisioning atau kebiasaan.
2. Pembentukan perilaku dengan pengertian (*insight*)  
Disamping pembentukan perilaku dengan kondisioning atau kebiasaan, pembentukan perilaku dapat ditempuh dengan pengertian atau insight. Cara ini berdasarkan atas teori belajar kognitif, yaitu belajar dengan disertai dengan adanya pengertian. Bila dalam eksperimen Throndike dalam belajar yang dipentingkan adalah soal latihan, maka dalam eksperimen Kohler dalam belajar yang penting adalah pengertian atau insight. Kohler adalah seorang tokoh dalam psikologi Gestalt dan termasuk dalam aliran kognitif.
  3. Pembentukan perilaku dengan menggunakan model  
Disamping cara-cara pembentukan perilaku seperti tersebut diatas, pembentukan perilaku masih dapat ditempuh dengan menggunakan model atau contoh. Pemimpin dijadikan model atau contoh oleh yang dipimpinya. Cara ini didasarkan atas teori belajar sosial (*social learning theory*) atau *observational learning theory* yang dikemukakan oleh Bandura (1977). Bagaimana pendapat Bandura mengenai perilaku telah di paparkan dibagian depan.

#### **2.1.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku**

Menurut Green (1980) dalam Notoatmodjo (2003), perilaku ditentukan oleh 3 faktor, yaitu :

1. Faktor Predisposisi (*Presdiposisi Factors*)  
Faktor presdiposisi mencakup beberapa hal, antara lain pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap kesehatan, tradisi dan kepercayaan masyarakat terhadap hal-hal yang berkaitan dengan masalah kesehatan, sistem nilai yang dianut masyarakat, tingkat pendidikan, tingkat sosial ekonomi dan sebagainya.
2. Faktor Pendukung (*Enabling Factors*)  
Faktor ini mencakup ketersediaan alat, sarana dan prasarana atau fasilitas kesehatan masyarakat.
3. Faktor Penguat (*Reinforcing Factors*)  
Sikap dan perilaku petugas, dukungan suami dan perilaku tokoh masyarakat.

#### **2.1.2.5 Faktor – faktor yang menyebabkan perbedaan individu berperilaku**

1. Persepsi  
Persepsi adalah proses mental yang terjadi pada diri manusia yang akan menunjukkan bagaimana kita melihat, mendengar, memberi serta meraba (kerja indra) disekitar kita (Widayatun, 1999). Michell dalam Walgito (2002) menyatakan bahwa persepsi adalah suatu proses yang didalamnya

mengandung proses seleksi ataupun sebuah mekanisme pengorganisasian sebagai proses seleksi atau skreaming berarti, bahwa beberapa informasi akan diproses dan yang lainnya tidak diproses.

## 2. Pengetahuan

Pengetahuan adalah merupakan hasil tahu dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu (Notoatmodjo, 2007).

## 3. Sikap

Sikap / attitude dapat didefinisikan sebagai “*a presdipotion to react in some mannert an individual or situation*“, yang secara bebas dapat diartikan sebagai suatu rangsang yang timbul dari seseorang atau situasi (Indrawijaya, 2002).

## 4. Kepribadian

Menurut Kurt Lewin (1935) dalam hal ini kepribadian adalah fungsi dari pembawaan sejak lahir dari lingkungan (pengalaman).

## 5. Belajar

Merupakan suatu proses / pembentukan perubahan tingkah laku yang mengarah pada penguasaan pengetahuan, kecakapan, ketrampilan, kebiasaan, sikap yang semuanya diperoleh, disimpan, dan dilaksanakan (Afifudin, 1981).

### 2.1.2.6 Batasan Perilaku

Perilaku adalah suatu kegiatan yang diawali dengan adanya pengetahuan tentang manfaat suatu hal, yang menyebabkan orang tersebut melaksanakan suatu kegiatan. Selanjutnya sikap yang positif ini akan mempengaruhi niat untuk ikut dalam suatu kegiatan, dan niat ini akan menjadi tindakan apabila mendapat dukungan sosial dan tersedianya fasilitas (Fisbein & Aizen) dalam Indrawijaya (2002). Niat ini akan menjadi tindakan apabila mendapat dukungan sosial dan tersedianya fasilitas–fasilitas. Kegiatan yang dilakukan inilah yang disebut Perilaku.

Skinner (1938) seorang ahli dalam Notoatmodjo (2003), merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus ini, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua, yaitu :

#### 1. Perilaku Tertutup

Respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (covert). Respon ini belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

#### 2. Perilaku Terbuka



Respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau respon yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain.

### **2.1.2.7 Asumsi Determinan Perilaku Manusia**

Faktor penentu atau determinan perilaku manusia sulit untuk dibatasi karena perilaku merupakan resultansi (akibat) dari berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Secara lebih terperinci, perilaku manusia sebenarnya merupakan refleksi dari berbagai gejala kejiwaan, seperti pengetahuan, keinginan, kehendak, minat, motivasi, persepsi, sikap dan sebagainya. Apabila ditelusuri lebih lanjut, gejala kejiwaan tersebut dipengaruhi pula oleh faktor lain seperti pengalaman, keyakinan, sarana fisik, sosio-budaya masyarakat dan sebagainya ( Notoatmodjo, 2003).

## **2.1.3 Sikap**

### **2.1.3.1 Pengertian Sikap**

Sikap adalah landasan dalam evaluasi terhadap objek tertentu, berdasarkan pada kognisi, reaksi afektif, niat dalam berperilaku, dan perilaku dari masa lalu yang dapat berpengaruh terhadap kognisi, respons afektif, dan niat dalam berperilaku, sekaligus terhadap perilaku di masa depan (Werder dalam Littlejohn dan Foss, 2009). Sikap adalah kecenderungan untuk merespons dengan suka (favorably) atau dengan tidak suka (unfavorably) terhadap objek, orang, institusi, atau kejadian (Ajzen, 1991). Sikap adalah keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap konsekuensi atas perilaku yang telah dilakukan. Penilaian tersebut bisa berupa penilaian positif atau negative (Hamilton K, 2011).

Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu obyek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap atribut dan manfaat dari obyek tersebut (Muhamad Ariza Eka Yusendra, 2016). Ada dua jenis sikap, yaitu sikap terhadap objek (Ao) dan sikap terhadap perilaku (Ab). Sikap terhadap objek (Ao) juga merupakan evaluasi sikap seseorang terhadap suatu objek. Sedangkan sikap terhadap perilaku (Ab) merupakan evaluasi sikap seseorang dalam melakukan perilaku tertentu, contohnya perilaku pembelian terhadap suatu produk (Blackwell, D'souza, Taghian, Miniard, dan Engel, 2006).

Sikap adalah suatu kecenderungan bertindak yang diperoleh dari hasil belajar dengan maksud yang konsisten, yang menunjukkan rasa suka atau tidak suka

terhadap suatu objek (Schiffman dan Kanuk, 2008). Sikap adalah “Evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari individu terhadap suatu obyek yang relatif konsisten”. Sikap menempatkan orang dalam kerangka pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu, mengenai mendekati atau menjauhinya (Kotler dan Armstrong, 2008).

Berdasarkan beberapa teori di atas dapat diambil kesimpulan sikap adalah respon langsung seseorang/individu terhadap sesuatu yang didasari dari berbagai instrumen, sehingga seseorang dapat melakukan suatu tindakan sesuai apa yang di alaminya.

### **2.1.3.2 Komponen Sikap**

Terdapat 3(tiga) komponen sikap (Engel, Blackwell, dan Miniard 2012) :

1. Cognitive Component, Komponen kognitif berkenaan dengan hal-hal yang diketahui individu atau pengalaman individu baik yang sifatnya langsung atau tidak langsung dengan objek sikap. Komponen kognitif dipengaruhi pengalaman, pengamatannya serta informasi yang diperolehnya mengenai objek sikap.
2. Affective Component, Komponen afektif berkenaan dengan perasaan dan emosi konsumen mengenai objek sikap. Komponen afektif ini dapat beragam ekspresinya mulai dari rasa sangat tidak suka atau sangat tidak senang hingga sangatsuka atau sangat senang. Perasaan konsumen terhadap objek sikap sangat dipengaruhi oleh kognisinya.
3. Conative Component, Komponen konatif berkenaan dengan trend atau kecenderungan individu atau konsumen untuk melakukan suatu tindakan berkenaan dengan objek sikap. Jadi komponen ini bukan perilaku nyata, namun masih berupa keinginan untuk melakukan suatu tindakan. Dalam penelitian pemasaran biasanya komponen konatif diukur dari intensi untuk membeli atau intensi untuk memilih merek atau intensi yang berkenaan dengan perilaku pembelian lainnya.

### **2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap**

Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap seseorang terhadap objek sikap antara lain (Azwar, 2000):

1. Pengalaman Pribadi, Pengalaman pribadi haruslah meninggalkan kesan yang kuat.
2. Pengaruh Informasi Individu, cenderung untuk memiliki sikap yang searah

dengan sikap orang yang dianggap penting.

3. Pengaruh Kebudayaan, tanpa disadari kebudayaan telah menanamkan garis pengaruh sikap kita terhadap berbagai masalah. Kebudayaan telah mewarnai sikap anggota masyarakatnya, karena kebudayaanlah yang memberi corak pengalaman individu-individu masyarakat asuhannya.
4. Media Massa, dalam pemberitaan surat kabar maupun radio atau media komunikasi lainnya, berita yang seharusnya faktual disampaikan secara objektif, akibatnya berpengaruh terhadap sikap konsumennya.
5. Lembaga Pendidikan dan Lembaga Agama Konsep moral dan ajaran dari lembaga pendidikan dan lembaga agama sangat menentukan sistem kepercayaan tidaklah mengherankan jika kalau pada gilirannya konsep tersebut mempengaruhi sikap.
6. Faktor Emosional, ada kalanya suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari emosi yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego.

Terdapat 3(tiga) ciri-ciri sikap menurut (Heri Purwanto, 1998):

1. Sikap bukan dibawa sejak lahir melainkan dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangan itu dalam hubungan dengan objeknya. Sifat ini membedakannya dengan sifat motif-motif biogenis seperti lapar, haus, kebutuhan akan istirahat.
2. Sikap dapat berubah-ubah karena itu sikap dapat dipelajari dan sikap dapat berubah pada orang-orang apabila terdapat keadaan-keadaan dan syarat-syarat tertentu yang mempermudah sikap pada orang itu.
3. Sikap tidak berdiri sendiri, tetapi senantiasa mempunyai hubungan tertentu terhadap suatu objek dengan kata lain, sikap itu terbentuk, dipelajari atau berubah senantiasa berkenaan dengan suatu objek tertentu yang dapat dirumuskan dengan jelas.

## **2.1.4 Norma Subjektif**

### **2.1.4.1 Pengertian Norma Subjektif**

Norma subjektif yaitu persepsi seseorang terhadap tekanan sosial yang ada di lingkungannya untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang dipertimbangkan; berhubungan dengan keputusan normatif yang dirasakan dari perilaku. Tekanan sosial berhubungan dengan keputusan seseorang untuk

melakukan atau tidak melakukan perilaku (Hamilton K, 2011).

Norma subjektif adalah pengaruh sosial yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku. Seseorang akan memiliki keinginan terhadap suatu obyek atau perilaku seandainya ia terpengaruh oleh orang-orang di sekitarnya untuk melakukannya atau ia meyakini bahwa lingkungan atau orang-orang disekitarnya mendukung terhadap apa yang ia lakukan (Tan dan Thomson, 2000). Norma subjektif yaitu keyakinan individu untuk mematuhi arahan atau anjuran orang sekitarnya untuk turut dalam beraktivitas (Muhammad Rafiq, 2014). Dalam berperilaku, konsumen tidak terlepas dari kegiatan pengambilan keputusan. Keputusan yang akan diambil oleh seseorang dilakukan dengan pertimbangan sendiri maupun atas dasar pertimbangan orang lain yang dianggap penting (Tjahjono dan Ardi, 2008).

Norma subjektif adalah referensi sosial yang dimiliki oleh individu dalam memilih suatu tindakan tertentu. Kekuatan sosial menjadi bagian dari norma subjektif. Kekuatan sosial yang disebutkan sebelumnya terdiri dari reward atau punishment yang disampaikan oleh individu terhadap individu lainnya, rasa senang individu terhadap individu tersebut, seberapa besar dianggap sebagai seseorang yang berpengalaman serta keinginan dari individu tersebut (Fishbein dan Ajzen, 1975).

Norma subjektif adalah sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukannya (normative belief) (Ajzen, 2007). Norma subjektif merupakan fungsi dari harapan yang dipersepsikan individu dimana satu atau lebih orang di sekitarnya (misalnya, saudara, teman sejawat) menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu tersebut untuk mematuhi mereka (Ajzen, 2007).

Jadi, dapat diambil kesimpulan berdasarkan teori-teori tersebut bahwa norma subjektif adalah respon seseorang/individu terhadap berbagai tekanan sosial dan pengetahuan yang didapat untuk melakukan suatu tindakan atau tidaknya dalam pengambilan keputusan masing-masing individu.

#### **2.1.4.2 Komponen Norma Subjektif**

Norma subjektif dibentuk oleh 2 komponen yaitu keyakinan normatif dan motivasi individu (Simamora, 2002):

1. **Keyakinan Normatif** Keyakinan normatif adalah preferensi yang diinginkan oleh kelompok atau individu kepada seorang konsumen untuk melakukan atau atau tidak suatu perilaku (Simamora, 2002). Keyakinan konsumen berdasarkan

- pada pengetahuan, opini, dan keyakinan yang mungkin dipengaruhi atau tidak dipengaruhi oleh emosional konsumen. (Effendi, 2016). Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal yaitu dalam bentuk kelompok maupun lingkungan sosial konsumen (Rangkuti, 2013):
- a. Kelompok Acuan Kelompok acuan adalah kelompok yang berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku konsumen. Kelompok yang mempunyai pengaruh secara langsung seperti keluarga, teman, rekan kerja. Dan yang menjadi pengaruh tidak langsung seperti agama dan organisasi.
  - b. Peran dan Status Peran yang dimainkan oleh seorang konsumen tidak hanya satu peran saja melainkan beberapa peran seperti keikutsertaan dalam organisasi dan perkumpulan. Dalam berperilaku, peran serta status konsumen akan mempunyai pengaruh terhadap perilaku individu seseorang.
2. Motivasi Untuk Mematuhi Motivasi diartikan sebagai kesediaan yang tinggi dari seorang konsumen untuk memenuhi tujuan dan kebutuhan yang diharapkannya. Motivasi berarti dorongan yang dalam diri yang menggerakkan konsumen untuk bertindak agar tujuan dan kebutuhan konsumen terpenuhi (Sangadji dan Sopiah, 2013).

## **2.1.5 Kontrol Perilaku**

### **2.1.5.1 Pengertian Kontrol**

Kontrol perilaku adalah komponen yang melengkapi Theory Planned Behavior untuk memprediksi intensi atau niat konsumen dalam berperilaku. Kontrol perilaku mengacu pada keyakinan yang dimiliki seseorang dalam melakukan suatu perilaku yang mereka sukai (Ajzen:1991). Kontrol perilaku adalah persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku tertentu yang mengacu pada keyakinan yang dimiliki seseorang dalam melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991).

Kontrol perilaku dapat juga diartikan sebagai pemahaman mengenai sederhana atau kompleksnya dalam melakukan perbuatan atas dasar pada pengalaman terdahulu dan kendala yang dapat dicari solusinya dalam melakukan suatu perbuatan (Feldman, 1995). Pada situasi tertentu kontrol perilaku dan bentuk perilaku akan bervariasi sesuai dengan situasi yang dihadapi konsumen (Ajzen, 1991).

Kontrol perilaku didefinisikan sebagai persepsi seseorang terhadap

hambatan dalam melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku memandang pengendalian yang dimiliki seseorang terhadap perilakunya berada pada sebuah kontinum dari perilaku yang mudah dilakukan dengan usaha dan sumber daya yang cukup (Fisbein dan Ajzen, 1991). Dalam teori perilaku terencana, mengemukakan bahwa persepsi kontrol dipengaruhi oleh keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya berupa peralatan, kompatibilitas, kompetensi, dan kesempatan yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan diprediksi dan besarnya peran sumber daya tersebut dalam mewujudkan perilaku tersebut (Mahyarni, 2013). Kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada faktor-faktor yang dapat menghambat kinerja perilaku yang dapat dikategorikan menjadi dua komponen. Bagian pertama adalah kepercayaan diri individu dalam kemampuannya untuk melakukan tingkah laku. Bagian kedua, di sisi lain, disebut sebagai kondisi memfasilitasi, mengacu pada ketersediaan sumber daya diperlukan untuk terlibat dalam perilaku (Tan dan Teo, 2000).

Ketika individu semakin merasakan banyak faktor yang menjadi pendukung dan hanya sedikit faktor yang menghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka akan lebih besar kontrol yang dapat mereka rasakan atas perilaku tersebut serta begitu juga sebaliknya, semakin sedikit individu merasakan faktor pendukung dan banyak faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka individu akan cenderung mempersepsikan diri sulit untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2006 dalam Wikamorys, Diah Anggraini., Rochmach, 2017).

Berdasarkan pemaparan beberapa teori di atas dapat disimpulkan bahwa kontrol perilaku adalah persepsi individu/seseorang terhadap sesuatu yang melibatkan faktor-faktor tertentu apakah terdapat kemudahan ataupun kesulitan terhadap tindakan/perilaku yang dilakukan.

### **2.1.5.2 Faktor-faktor Kontrol Perilaku**

Terdapat dua faktor untuk menentukan persepsi kontrol perilaku yaitu control belief dan perceived power (Wikamorys, Diah Anggraini., Rochmach, 2017). Kontrol Perilaku dibentuk oleh :

1. Control Belief, merupakan kepercayaan seseorang tentang ada atau tidak adanya faktor pendukung atau penghambat untuk dapat memunculkan perilaku. Kepercayaan dapat diperoleh dari informasi yang dimiliki individu tentang suatu perilaku yang diperoleh dengan melakukan observasi pada pengetahuan yang dimiliki diri maupun orang lain yang dikenal individu, dan

- juga oleh berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perasaan individu mengenai tingkat kesulitan dalam melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2006 dalam Wikamorys, Diah Angraini., Rochmach, 2017).
2. Perceived power, mengenai persepsi seseorang tentang apakah dirinya mampu atau tidak untuk memunculkan suatu perilaku tersebut dengan mempertimbangkan kesulitan, resiko, dan tantangan yang menyertai (Yogatama, 2013).

## 2.1.6 Niat

### 2.1.6.1 Pengertian Niat

*Theory of Planned Behavior* (TPB) mengatakan bahwa niat merupakan faktor yang menentukan sebuah perilaku atau perilaku yang diwujudkan oleh seseorang tidak akan berubah-ubah dengan tujuannya terhadap perilaku tersebut. Dengan kata lain, jika seseorang memiliki niatan guna melakukan perilaku tertentu maka individu cenderung untuk melakukan perilaku tersebut.

Icek Ajzen mengartikan intensi sebagai berikut :

*...as a person's location on subjective probability dimension on revolving a relation between himself and some action. A behavioral intention, therefore, refersto person's subjective probability that he will perform some behavior.*(Ajzen, Icek. *Attitudes, Personality, and Behavior*. 2005).

Pada penggalan kalimat di atas, dapat diartikan bahwa intensi merupakan sebuah dimensi kemungkinan subjektif individu dalam melakukan perilaku tertentu. Intensi merupakan tanda-tanda seberapa besar seseorang akan berusaha untuk menunjukkan perilaku tertentu. Intensi akan tetap menjadi sebuah kecenderungan sampai individu tersebut menunjukkan sebuah usaha untuk mewujudkan intensi menjadi sebuah perilaku. Karena intensi merupakan kecenderungan berperilaku terdekat dengan perilaku itu sendiri, maka dalam mengukur intensi berperilaku seseorang kita dapat meramalkan apakah seseorang akan menunjukkan perilaku tertentu atau tidak.

Menurut TPB, intensi dipengaruhi melalui tiga faktor determinan dasar yaitu faktor personal, faktor sosial, dan faktor kontrol volisional.

1. Determinan pertama adalah faktor personal.  
Faktor personal dalam TPB merupakan sikap individu terhadap perilaku (*Attitude Toward Behavior* / ATB). *Attitude Toward Behavior* adalah evaluasi (positif / negatif) individu terhadap perilaku tertentu.
2. Determinan kedua adalah faktor sosial.  
Faktor sosial yang dimaksud merupakan pengalaman individu terhadap tekanan / dorongan sosial yang mampu dirasakan untuk melakukan atau tidak

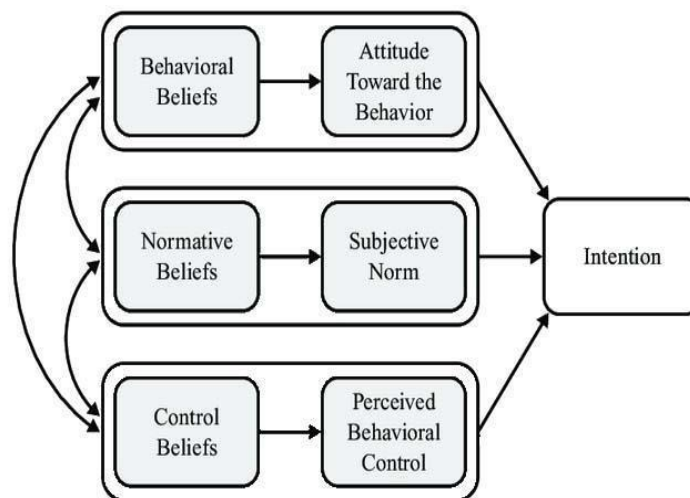
melakukan sebuah perilaku. Di dalam *Theory of Planned Behavior* faktor ini dikatakan sebagai norma subjektif (Subjective Norms/ SN).

3. Determinan ketiga adalah faktor kontrol volisional.

Yang dimaksud dengan faktor kontrol volisional adalah sebuah proses individu tentang ada atau tidaknya faktor lain di luar (eksternal) dalam dirinya yang dapat membujuk individu untuk menunjukkan sebuah perilaku atau tidak serta proses individu mengenai seberapa kuat pengaruh dari faktor tersebut terhadap kondisi suatu perilaku. Pertimbangan tentang faktor kontrol volisional tersebut disebut dengan *perceived behavior control* (PBC).

*Perceived behavior control* (PBC) didefinisikan sebagai sebuah penilaian individu mengenai seberapa besar kemungkinan individu tersebut dapat memvisualkan sebuah perilaku yang didasari oleh sebuah hasil evaluasi terhadap perilaku tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka secara singkat dapat dijelaskan bahwa seorang individu akan mempunyai sebuah intensi untuk dapat melakukan perilaku tertentu ketika individu tersebut mempunyai sikap yang positif terhadap perilaku tersebut

Dengan demikian, maka semakin baik sikap dan norma subjektif terhadap sebuah perilaku, serta semakin kuat kontrol individu atas faktor kontrol volisional, maka akan semakin kuat intensi seseorang untuk berperilaku. Hubungan antar faktor determinan dan intensi tersebut dilihat dalam bagan berikut :



**Gambar 2. 4 Diagram Theory of Planned Behavior**

Ketiga faktor determinan tersebut bersifat tidak terlalu dalam membentuk sebuah intensi. Dalam beberapa kasus bisa jadi dipertimbangkan, sikap terhadap



perilaku menjadi faktor yang lebih kuat dalam membentuk intensi kecuali pertimbangan normatif atau kontrol. Sedangkan pada kasus lainnya pengecualian normatif dan kontrol individu bisa menjadi lebih kuat daripada pertimbangan atas sikapnya terhadap perilaku.

### **2.1.6.2 Indikator Niat**

Menurut De Matos et al., (2007) membagi indikator niat beli menjadi 4 indikator yaitu:

1. Keinginan membeli Keinginan membeli dapat diartikan sebagai adanya niat pada diri seseorang untuk membeli suatu produk. keinginan membeli produk imitasi di dorong oleh beragam faktor. Produk palsu biasanya memberikan manfaat fungsional yang sama dengan produk asli, namun dengan harga yang jauh lebih rendah dari pada produk asli dengan demikian konsumen akan beranggapan bahwa hal tersebut akan menguntungkan. Jadi konsumen yang sadar akan nilai produk imitasi akan menambah keinginan membeli (Eisend & SchuchertGuller, 2006) dalam Arrahmah (2018)
2. Berencana membeli Berencana membeli berada di tahap di mana seseorang yang memiliki niat untuk membeli suatu produk akan melaksanakan niat tersebut, hal tersebut mengarah pada terbentuknya perilaku konsumen. Rencana membeli bisa di katakan karena sudah ada keinginan yang terbentuk pada diri seseorang atau konsumen.
3. Kesiediaan membeli Dimana konsumen akan bersedia membeli suatu produk tertentu yang dimana menurutnya akan memberikan manfaat yang diinginkan.
4. Memikirkan produk palsu Pengalaman masa lalu yang berkaitan dengan pembelian atau penggunaan produk imitasi akan menjadi acuan seseorang untuk memutuskan membeli. Memikirkan produk merupakan salah satu contoh bagaimana individu menjadikan pengalaman sebagai acuannya.

Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli. Karakteristik pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan sangat kompleks dan salah satunya adalah adanya dorongan atau motivasi konsumen untuk membeli. Dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah kesungguhan hati untuk memiliki sesuatu pengorbanan dimanaminat beli itu timbul karena konsumen merasa puas terhadap kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan.

Perilaku seseorang sangat tergantung pada niatnya, sedangkan niat berperilaku sangat tergantung pada sikap dan norma subyektif atas perilaku. Keyakinan atas akibat perilaku sangat mmepengaruhi sikap dan norma

subyektifnya. Sikap individu terbentuk dari kombinasi antara keyakinan dan evaluasi tentang keyakinan penting seseorang konsumen, sedangkan norma subyektif ditentukan oleh keyakinan dan motivasi.

Menurut Ferdinand (2009) salah satu dimensi dari perilaku pembelian adalah niat membeli ulang. Berdasarkan teori teori niat membeli ulang yang ada, beliau menyimpulkan bahwa niat beli ulang dapat dikenali atau didefinisikan melalui indikator indikator sebagai berikut :

1. Niat transaksional : Niat ini menggambarkan perilaku seseorang yang berkeinginan untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsi
2. Niat referensial : Niat ini menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung mereferensikan produk yang sudah dibelinya agar juga dibeli orang lain
3. Niat preferensial : Niat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya dapat diganti apabila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya
4. Niat eksploratif : Niat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat sifat positif dari produk yang dilanggannya

Kotler dan Keller (2016) mengemukakan bahwa perilaku membeli dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu : (1) Budaya (*culture, sub culture, dan social classes*) (2) Sosial (kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status) (3) Pribadi (usia dan tahapan daur hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai) (4) Psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, *emotions, memory*).

### **2.1.7 Demografi**

Beberapa karakteristik yang ada dalam variabel demografi yang penting untuk memahami perilaku seseorang adalah usia, jenis kelamin, pendidikan, agama, pekerjaan, dan lain-lain (Sumarwan, 2011).

Faktor demografi adalah pengelompokan penduduk berdasarkan kategori yang bisa diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut: Usia adalah periode hidup seseorang. Jenis Kelamin adalah seseorang laki-laki atau perempuan, dan Tingkat Pendidikan adalah tingkat pendidikan terakhir seseorang (Umar, 2002). Faktor demografi dapat mempengaruhi seseorang dalam proses penerimaan pesan. Ada dua faktor yang mempengaruhi individu dalam 28 penerimaan pesan yakni faktor individu dan faktor sosial (Nurudin, 2009).

#### **2.1.7.1 Faktor – Faktor Demografis**

Faktor demografi seperti usia, jenis kelamin, dan pendidikan masuk dalam

faktor sosial. Umur dan Jenis kelamin merupakan faktor yang mempengaruhi efek kepatuhan Wajib pajak. Adapun faktor demografi dalam penelitian ini yaitu meliputi:

### 1. Usia

Istilah usia diartikan dengan lamanya keberadaan seseorang diukur dalam satuan waktu di pandang dari segi kronologik, individu normal yang memperlihatkan derajat perkembangan anatomis dan fisiologik sama (Nuswantari, 2008). Usia adalah lama waktu hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan) (Hoetomo, 2005).

Umur adalah lamanya waktu hidup yaitu terhitung sejak lahir sampai dengan sekarang. Penentuan umur dilakukan dengan menggunakan hitungan tahun. Menurut Hurlock (2005), usia adalah umur individu yang terhitung mulai saat dilahirkan sampai berulang tahun. Usia mempengaruhi terhadap daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah usia akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperolehnya semakin membaik.

Pengetahuan yang kurang akan menghambat perkembangan sikap seseorang terhadap nilai-nilai yang baru diperkenalkan (Nursalam dan Pariani, 2001). Usia dapat digolongkan ke dalam usia produktif dan usia yang tidak produktif. Seseorang dikatakan pada usia produktif ketika 29 seseorang masih mampu bekerja dan menghasilkan sesuatu.

Umur pembayar pajak adalah satu yang terpenting dari faktor yang menentukan kepatuhan pajak (Jackson & Milliron, 1986). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa umur Wajib Pajak yang lebih tua biasanya lebih patuh daripada Wajib Pajak yang lebih muda (Tittle, 1980; Witte & Woodbury, 1985; Dubin & Wilde, 1988; Feistein, 1991; Hanno & Violette, 1996). Tittle (1980) menjelaskan hubungan antara umur dengan ketidakpatuhan pajak disebabkan oleh pengalaman dan perbedaan generasi. Wajib Pajak yang lebih muda, lebih berani mengambil resiko, kurang sensitif terhadap hukuman dan refleksi sosial dan perbedaan psikologi berhubungan dengan periode dimana mereka mendapat peringkat tertinggi (perbedaan generasi).

### 2. Jenis Kelamin

Menurut Hungu (2007) jenis kelamin (seks) adalah perbedaan antara perempuan dengan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir. Seks berkaitan dengan tubuh laki-laki dan perempuan, dimana laki-laki memproduksi sperma, sementara perempuan menghasilkan sel telur dan secara biologis mampu untuk menstruasi, hamil dan menyusui. Perbedaan biologis dan fungsi biologis laki-laki dan perempuan tidak dapat dipertukarkan diantara keduanya, dan

fungsinya tetap dengan laki-laki dan perempuan pada segala ras yang ada di muka bumi. Jenis kelamin juga merupakan suatu konsep analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan laki-laki dan perempuan 30 dilihat dari sudut non-biologis, yaitu dari aspek sosial, budaya, maupun psikologis (Mutmainah, 2006).

Pengaruh dari perbedaan jenis kelamin terhadap penilaian etis dapat dikatakan sangat kompleks dan tidak pasti. Sementara Fakih (2008) mendefinisikan jenis kelamin sebagai “suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural”. Jenis kelamin digunakan dalam penelitian perpajakan. Studi studi yang telah dilakukan menunjukkan hasil yang tidak konsisten.

Meskipun belum banyak dukungan riset, terdapat kecenderungan bahwa perempuan lebih jujur dan patuh dibandingkan laki-laki. Penelitian terdahulu mengenai kepatuhan pajak juga menemukan bahwa laki-laki kurang patuh terhadap peraturan perpajakan jika dibandingkan dengan perempuan (Tittle, 1980). Torgler dan Schaltegger (2005) menemukan bahwa perempuan mempunyai tingkat kepatuhan pajak yang lebih tinggi daripada laki-laki. McGee dan Smith (2007) menemukan bahwa wanita lebih menentang tax evasion dibandingkan laki-laki.

Pada hasil penelitian Roxas dan Stoneback (2004) menyimpulkan bahwa antara perempuan dan laki-laki tidak ada perbedaan dalam hal kepatuhan perpajakan. Hasil yang sama juga disimpulkan oleh AlMamun et al. (2014) bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam hal kepatuhan perpajakan antara laki-laki dan perempuan. Dari semua definisi tentang jenis kelamin yang telah diungkapkan diatas dapat dikatakan jenis kelamin merupakan tuntutan masyarakat 31 yang sudah menjadi budaya dan norma sosial masyarakat yang melekat pada kaum laki-laki dan perempuan dan membedakan antara peran jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

### 3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara.

Tingkat Pendidikan/Tingkat Pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan (UU RI Nomor 20 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas), 2003). Pendidikan mempengaruhi proses

belajar, makin tinggi pendidikan seseorang makin mudah orang tersebut untuk menerima informasi. Ketidaktahuan dapat disebabkan karena pendidikan yang rendah, seseorang dengan tingkat pendidikan yang terlalu rendah akan sulit menerima pesan, mencerna pesan dan informasi yang disampaikan (Notoatmodjo, 2007).

Dari beberapa pendapat para ahli di atas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pendidikan merupakan masa atau waktu dalam mengikuti pendidikan formal yang dilakukan seseorang. Indikator Tingkat Pendidikan Menurut UU Sistem Pendidikan Nasional 32 (SISDIKNAS No. 20 2014), indikator tingkat pendidikan terdiri dari tingkat pendidikan dan kesesuaian jurusan.

Tingkat pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan, terdiri dari:

1. Pendidikan dasar:

Tingkat pendidikan awal selama 9 (sembilan) tahun pertama masa sekolah anak-anak yang melandasi tingkat pendidikan menengah.

2. Pendidikan menengah:

Tingkat pendidikan lanjutan pendidikan dasar.

3. Pendidikan tinggi:

Tingkat pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program sarjana, magister, doktor, dan spesialis yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi. Tingkat pendidikan masyarakat yang semakin tinggi akan menyebabkan masyarakat lebih mudah memahami ketentuan dan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan yang berlaku. Tingkat pendidikan yang masih rendah juga akan tercermin dari masih banyaknya Wajib Pajak terutama orang pribadi yang tidak melakukan pembukuan atau yang masih melakukan pembukuan ganda untuk kepentingan pajak.

Pendidikan bukan hanya sekolah saja melainkan pembentukan konsep tingkah laku dan pola kehidupan masyarakat. Karena orang dalam pergaulan hidupnya selalu berusaha menyesuaikan diri dengan lingkungannya, jadi proses pendidikan dan pengaruhnya penting sekali artinya bagi perkembangan seseorang. Ikhsan (2007) menyatakan bahwa secara umum semakin tinggi tingkat pendidikan Wajib Pajak, maka semakin mudah pula bagi mereka untuk memahami peraturan perpajakan. Wajib Pajak yang sudah memahami peraturan perpajakan, termasuk memahami sanksi administrasi dan pidana fiskal, diharapkan dapat memenuhi kewajiban pajaknya. Apabila Wajib Pajak mampu untuk memahami peraturan perpajakan dengan baik, maka mereka akan memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak secara teratur.

### 2.1.8 Psikografis

Segmentasi Psikografis Philip Kotler (2012) menyatakan bahwa dalam Segmentasi Psikografis pembeli dibagi kedalam kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, atau karakter kepribadian. Sofjan assauri (2015) menyatakan bahwa segmentasi pasar konsumen, Segmentasi berdasarkan psikografis Segmen pasar ini dilakukan dengan mengelompokan konsumen atau pembeli menjadi bagian pasar menurut variabel-variabel pola atau gaya hidup (life style) dan kepribadian. Sebagai contoh, segmen pasar produknya adalah masyarakat yang bergaya hidup konsumtif dan mewah berbeda dengan segmen pasar masyarakat yang bergaya hidup produktif dan hemat, yang meningkatkan kualitas dengan harga yang relative murah. Menurut Kotler dan Keller (2009) para konsumen membuat keputusan mereka tidak dalam sebuah tempat yang terisolasi dari lingkungan sekitar. Perilaku membeli mereka sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis. Dan dari faktor pribadi ada faktor gaya hidup konsumen yang ikut mempengaruhi keputusannya dalam membeli suatu produk.

Berdasarkan uraian di atas maka yang dimaksud dengan Segmentasi Pasar Psikografis adalah pengelompokan para pembeli dibagi menjadi kelompok yang berbeda berdasarkan gaya hidup, atau kepribadian atau nilai orang-orang dalam kelompok demografis yang sama dapat menunjukkan gambar psikografis yang sangat berbeda yang meliputi; inovator, pemikiran, pengajar prestasi dan pengajar pengalaman dan sumber daya yang sedikit yang meliputi pemercaya atau yang menganggap segala yang sudah baik atau benar, penyaing pembuat dan penjuang.

Kotler (2012) menyebutkan bahwa segmentasi pasar dapat dibagi menjadi empat variabel utama, yaitu: variabel geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Penjelasan untuk masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Segmentasi Geografis.

Pendekatan ini digunakan untuk mengklasifikasikan pasar berdasarkan lokasi keberadaan konsumen (seperti: negara, provinsi, kota, atau lingkungan).

2. Segmentasi Demografis.

Pada pendekatan demografis, pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel demografis yang terdiri dari: usia, ukuran keluarga, siklus kehidupan keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, agama, ras, generasi kewarganegaraan, dan kelas sosial.

3. Segmentasi Psikografis

Pada pendekatan segmentasi psikografis, pasar/konsumen dikelompokkan menurut variabel pola atau gaya hidup (*life style*) dan kepribadian (*personality*).

Mowen dan Minor mengatakan psikografis mengandung ide yang menggambarkan (grafik) faktor-faktor psikologis yang membentuk konsumen. Namun dalam praktiknya, psikologis dipergunakan untuk mengukur gaya hidup konsumen dengan menganalisis aktivitas, minat, dan opini (*activities, Interest and Opinion –AIO*). Tujuan riset psikologis biasanya adalah untuk aplikasi dasar. Yaitu studi psikologis dipergunakan oleh para peneliti pasar untuk menguraikan segmen konsumen yang nantinya akan membantu organisasi mencapai dan memahami konsumennya. Studi psikologis biasanya mencakup pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk meneliti gaya hidup pasar target, karakteristik kepribadian, dan karakteristik demografi. Jadi dapat disimpulkan bahwa psikografis adalah investigasi kuantitatif atas gaya hidup konsumen, kepribadian dan karakteristik demografi.

Schifmann dan Kanuk dalam Ristiyanti Prasetyo dan Jonh J.O.I Ihalauw, menyatakan psikografis disebut sebagai analisis gaya hidup atau riset AIO adalah suatu bentuk riset konsumen yang memberikan profil yang jelas dan praktis mengenai segmen-segmen konsumen, tentang aspek-aspek kepribadian konsumen yang penting, motif membelinya, minatnya, sikapnya, keyakinannya, dan nilai-nilai yang dianutnya. Lebih lanjut, Mowen dalam Ristiyanti Prasetyo dan Jonh J.O.I Ihalauw mendefinisikan psikografis sebagai kajian tentang apa yang membentuk seorang konsumen secara psikologis.

Ada dua konsep, dalam psikografis. Pertama, memberi gambaran mengenai ciri-ciri psikologis konsumen yang lebih mengarah pada identifikasi kepribadian konsumen (*self-concept*). Kedua, memandang psikografis sebagai kajian *activities* (kegiatan), *Interest* (Minat) dan *Opinion* (pendapat).

Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Menurut Well dan Tigert perilaku konsumen dapat diamati atau diukur dengan sistem AIO (*Activities, Interest, Opinion*) yang dapat memberikan gambaran gaya hidup secara komprehensif pada suatu kelompok konsumen, dalam pengertian:

### **1. *Activities* (Kegiatan)**

Menurut Prasetyo, *Activities* (Kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.

Aktivitas juga diartikan sebagai kegiatan atau tindakan nyata seperti menonton suatu medium, berbelanja ditoko, ataupun menceritakan kepada tetangga mengenai pelanaan yang baru. Walaupun tindakan ini biasanya

dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung. Aktivitas yaitu orang yang mudah atau tidak bergerak dan bereaksi serta bertingkah laku secara spontan.

*Activities* mengungkapkan data-data tentang pekerjaan, hobi, aktivitas sosial, hiburan, belanja dan olahraga. Adapun pertanyaan-pertanyaan tentang *Activities* mengungkapkan:

- a. Apa yang dikerjakan konsumen
- b. Produk apa yang dibeli atau digunakan
- c. Kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.

## 2. *Interest* (Minat)

### a. Pengertian Minat

Menurut Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar, minat merupakan kecenderungan hati yang ingin terhadap sesuatu, gairah, atau keinginan. Minat secara umum dapat diartikan sebagai rasa tertarik yang ditunjukkan oleh individu kepada suatu objek, baik objek berupa benda hidup maupun benda yang tak hidup. Minat merupakan kecenderungan jiwa seseorang kepada sesuatu, biasanya disertai dengan perasaan senang. Minat timbul tidak secara tiba-tiba melainkan timbul akibat dari partisipasi, pengalaman dan kebiasaan.

Menurut Witherington, minat adalah kesadaran seseorang bahwa seseorang, suatu masalah, atau situasi psikologi memiliki hubungan dengan dirinya. Menurutnya minat harus dipandang sebagai suatu sambutan yang sadar, kalau tidak demikian, maka minat itu tidak mempunyai arti sama sekali. Hilgard dan Daryanto, memberi rumusan tentang minat, yaitu *interest is persisting tendency to pay attention to and enjoy same activity or content*. Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan menikmati beberapa kegiatan.

Menurut Prasetijo, *Interest* (minat) yaitu apa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen. *Interest* (minat) akan bermacam objek, peristiwa, atau topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus kedepannya. Minat ialah usaha aktif menuju pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan pada umumnya yaitu titik akhir dari pada gerakan yang menuju sesuatu arah tetapi tujuan minat adalah melaksanakan suatu tujuan. Yang dimaksud *interest* disini adalah mengemukakan pada minat, kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.

### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat



Menurut Crow, ada tiga faktor yang menimbulkan minat yaitu “faktor yang timbul dari dalam diri individu, faktor motif sosial dan faktor emosional yang ketiganya mendorong timbulnya minat”. Pendapat tersebut sejalan dengan yang dikemukakan Sudarsono, faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut:

- 1) Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial. Timbulnya minat dalam diri seseorang mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
- 3) Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

### 3. *Opini (Opini)*

Opini berasal dari bahasa latin *opinio* yang berarti bayangan, harapan, pendirian, pendapat, perasaan, keyakinan, anggapan, sangkaan, buah pikiran, pertimbangan mengenai suatu hal. Menurut Prasetijo, *opinion* (opini) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, moral, ekonomi dan sosial.

Opini adalah “jawaban” lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respon terhadap situasi stimulus dimana semacam pertanyaan diajukan. Atau dapat diartikan sebagai hasil pekerjaan pikir dalam meletakkan hubungan antara tanggapan yang satu dengan yang lain dan diletakkan dalam satu kalimat. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif. Dan opini berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, moral, ekonomi, dan sosial. Dan opini juga dijadikan untuk mengungkapkan pendapat tentang seseorang masalah sosial, ekonomi, politik, masa depan dan produk-produk tertentu.

Opini mencerminkan suatu organisasi yang kompleks dari tiga komponen:

- a. Keyakinan : seseorang yang memiliki keyakinan tentang suatu hal akan memiliki persepsi tentang suatu hal tersebut. Keyakinan berkaitan erat dengan aspek *kognitif*. Menyangkut percaya atau tidak terhadap suatu hal.

- b. Nilai : preferensi yang dimiliki seseorang untuk tujuan tertentu. Nilai berkaitan erat dengan aspek *afektif*. Menyangkut perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu hal.
- c. Ekspektasi : seseorang mengkonstruksikan tindakan dengan membawa pengalaman masa lalu untuk digunakan pada saat ini dalam rangka mengakses kemungkinan pada masa yang akan datang. Ekspektasi berkaitan erat dengan aspek *konatif* (kecenderungan).

## **2.1.9 Perpajakan**

### **2.1.9.1 Pengertian Pajak**

Menurut Mardiasmo (2016:3) Pajak merupakan iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada negara yang masuk dalam kas negara yang melaksanakan pada undang-undang serta pelaksanaannya dapat dipaksakan tanpa adanya balas jasa. Iuran tersebut digunakan oleh negara untuk melakukan pembayaran atas kepentingan umum. untuk melakukan pembayaran atas kepentingan umum (mardiasmo, 2016:3) .Unsur ini memberikan pemahaman bahwa masyarakat dituntut untuk membayar pajak secara sukarela dan penuh kesadaran sebagai warganegara yang baik. Penerimaan pajak adalah merupakan sumber penerimaan yang dapat diperoleh secara terus – menerus dan dapat dikembangkan secara optimal sesuai kebutuhan pemerintah serta kondisi masyarakat.

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH, dalam buku Perpajakan Edisi Revisi 2013 (2013) menjelaskan Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbul (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Menurut Prof Dr. P.J.A. Andriani, dalam buku Perpajakan Indonesia (2014) pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas Negara yang menyelenggarakan pemerintah.

Menurut Prof Edwin R.A slegman dalam buku Perpajakan Indonesia (2009) Tax is compulsory contribution from the perso, to the government to depray the expenses incurred in the common nterest of all, without reference to special benefit conperred. Pajak adalah kontribusi wajib dari orang tersebut, kepada pemerintah untuk membayar biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan umum dari semua, tanpa merujuk pada manfaat khusus *conperred*.

Menurut Undang-undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan No. 16 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 1 Pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada Negara yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Berdasarkan pengertian pajak oleh beberapa ahli, maka pengertian pajak menurut penulis adalah iuran wajib masyarakat kepada kas Negara yang bersifat memaksa dengan imbalan yang tidak langsung dirasakan oleh masyarakat dan digunakan untuk keperluan Negara.

### **2.1.9.2 Ciri – Ciri pajak**

Menurut Mulyo Agung SE, MM Perpajakan Indonesia (2014) Pajak memiliki ciri-ciri diantaranya:

1. Iuran rakyat ke Negara.
2. Pajak dipungut berdasarkan undang-undang serta pelaksanaannya yang sifatnya dapat dipaksakan.
3. Dalam membayar pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi secara langsung oleh pemerintah.
4. Pajak dipungut oleh Negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
5. Pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah, yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, dipergunakan untuk membayar public investment.
6. Pajak juga dapat pula mempunyai tujuan selain budgetair, yaitu mengatur.

Menurut Prof. Dr. Mardiasmo, MBA., Ak, dalam buku Perpajakan Edisi Revisi 2011 (2011) menjelaskan ciri – ciri Pajak adalah

1. Iuran dari rakyat kepada Negara.
2. Berdasarkan undang-undang.
3. Tanpa jasa timbal atau kontraprestasi dari Negara yang secara langsung dapat ditunjuk.
4. Digunakan untuk membiaya rumah tangga Negara, yakni pengeluaran – pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat.

### **2.1.9.3 Fungsi pajak**

Menurut Mulyo Agung dalam buku Perpajakan Indonesia (2014) pajak memiliki dua fungsi, yaitu:

1. Fungsi Penerimaan (*budgetair*) Pajak berfungsi sebagai sumber dana yang diperuntukan bagi pembiayaan pengeluaran pemerintah. Contoh: dimasukkannya pajak dalam APBN sebagai penerimaan dalam negeri.
2. Fungsi Mengatur ( *Reguler*) Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan dibidang social dan ekonomi. Sebagai contoh dikenakan pajak yang tinggi terhadap minuman keras.

Menurut Ikatan Antan Indonesia Kompartemen Akuntansi Pajak (IAI KAP) (2016) pajak memiliki fungsi yang sangat strategis bagi berlangsungnya pembangunan suatu negara. Pajak antara lain memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Fungsi Penerimaan (*Budgetair*) Pajak berfungsi sebagai sumber dana yang diperuntukkkan bagi pembiayaan pegeluara-pengeluaran pemerintah. Dalam APBN Pajak merupakan sumber penerimaan dalam negeri.
2. Fungsi Mengatur (*Regulatoir*) Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan dibidang sosial dan ekonomi. Misalnya PPnBM untuk minimum keras dan barang-barang mewah lainnya.
3. Fungsi Redistribusi Dalam fungs redistribusi ini lebih ditekankan unsur pemerataan dan keadilan dalam masyarakat. Fungsi ini terlihat dari adanya lapisan tarif dalam pengenaan pajak dengan adanya tariff pajak yang lebih besar untuk penghasilan yang lebih tinggi.
4. Fungsi Demokrasi Pajak dalam fungsi demokrasi merupakan sistem gotong royong. Fungsi ini dikaitkan dengan pelayanan pemerintah kepada masyarakat membayar pajak, sehingga dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki beberapa fungsi diantaranya fungsi penerimaan, fungsi mengatur, fungsi redistribusi dan fungsi demokrasi.

#### **2.1.9.4 Unsur-unsur Pajak**

Menurut Mardiasmo (2013) terdapat 4 unsur-unsur pajak yaitu:

1. Iuran dari rakyat kepada Negara: Yang berhak memungut pajak hanyalah Negara, iuran tersebut berupa uang (bukan barang)
2. Berdasarkan Undang-Undang: Pajak dipungut berdasarkan aau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
3. Tanpa jasa timbal atau kontraprestasi dari Negara yang secara langsung dapat ditunjuk. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
4. Digunakan untuk membiayai rumah tangga Negara, yakni pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

### 2.1.9.5 Asas Pemungutan Pajak

Menurut Mardiasmo (2013:7) terdapat tiga asas pemungutan pajak yaitu:

1. Asas domisili (asas tempat tinggal): Negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan Wajib Pajak yang bertempat tinggal diwilayahnya, baik penghasilan yang berasal dari dalam maupun dari luar negeri. Asas ini berlaku untuk Wajib Pajak dalam negeri.
2. Asas Sumber: Negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber diwilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal Wajib Pajak.
3. Asas Kebangsaan: Pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu Negara.

### 2.1.9.6 Sistem Perpajakan di Indonesia

Menurut Mardiasmo (2013) dalam memungut pajak dikenal beberapa sistem pungutan, yaitu:

1. *Official Assessment System*: Suatu sistem pungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemungut pajak untuk menentukan besarnya pajak yang harus dibayar oleh seseorang. Besarnya utang pajak seseorang baru diketahui setelah adanya surat ketetapan pajak

Ciri-cirinya:

- a. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus
  - b. Wajib Pajak bersifat pasif
  - c. Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.
2. *Sistem self -assessment*: wajib pajak diberikan kepercayaan untuk menghitung, memperhitungkan sendiri pajak yang terutang dan kemudian melunasinya serta melaporkannya ke Kantor Pelayanan Pajak.

Ciri-cirinya:

- a. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak sendiri,
  - b. Wajib Pajak aktif, mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang,
  - c. Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi.
3. *Sistem Withholding*: Suatu sistem pungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga untuk memotong/memungut besarnya pajak yang terutang. Pihak ketiga yang telah ditentukan tersebut selanjutnya menyetor dan melaporkannya kepada fiskus. Ciri-cirinya: wewenang menentukan

besarnya pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, pihak selain fiskus dan Wajib Pajak.

Pemungutan pajak di Indonesia mengacu pada *self-assessment system*. *Self-assessment system* adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang, kepercayaan, tanggung jawab kepada Wajib Pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar (Diana dan Setiawati, 2010). Konsekuensi *self-assessment system*, setiap Wajib Pajak yang memiliki penghasilan wajib mendaftarkan diri sendiri ke Kantor Pelayanan Pajak.

Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.

1. Pajak dipungut oleh negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
2. Pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah, yang bila dari pemasukannya masih terdapat surplus, dipergunakan untuk membiayai *public investment*.

#### **2.1.9.7 Jenis – Jenis Pajak**

Di Indonesia, jenis-jenis pajak dibagi menjadi 3, yaitu: (IAI, 2019, hal. 9-10)

1. Menurut Golongan
  - a. Pajak Langsung yaitu pajak yang pembebanannya tidak dapat dilimpahkan kepada pihak lain, tetapi harus menjadi beban langsung wajib pajak yang bersangkutan.
  - b. Pajak Tidak Langsung yaitu pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan ke pihak lain.
2. Menurut Sifatnya
  - a. Pajak Subjektif yaitu pajak yang berdasarkan pada subjeknya yang selanjutnya dicari syarat objektifnya, dalam arti memperhatikan keadaan diri wajib pajak.
  - b. Pajak Objektif yaitu pajak yang didasarkan pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan diri wajib pajak.
3. Menurut Pemungutannya
  - a. Pajak Pusat yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara.
  - b. Pajak Daerah yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah.

### 2.1.10 Pajak Daerah

Salah satu sumber dana pemerintah adalah penerimaan dari sektor pajak. Penyelenggaraan pemerintahan, pelayanan umum dan pembangunan nasional banyak didanai dari sektor pajak. Hampir seluruh wilayah di Indonesia menggali potensi pendapatan daerahnya melalui pajak daerah (Romandana, 2012) Pajak daerah sebagai salah satu sumber PAD diharapkan mampu memberikan kontribusi yang besar bagi daerah itu sendiri sehingga dapat memperlancar penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan daerah. (Suwarno & Suhartiningsih, 2008)

Dengan demikian pajak daerah adalah iuran wajib pajak kepada daerah untuk membiayai pembangunan daerah. Pajak Daerah ditetapkan dengan undang-undang yang pelaksanaannya untuk di daerah diatur lebih lanjut dengan peraturan daerah. Pemerintah daerah dilarang melakukan pungutan selain pajak yang telah ditetapkan undang-undang (Pasal 2 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009).

Pajak daerah memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Pajak daerah dapat berasal dari Pajak Asli Daerah maupun pajak negara yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah.
2. Pajak daerah dipungut oleh daerah terbatas di dalam wilayah administratif yang dikuasainya.
3. Hasil pungutan pajak daerah dipergunakan untuk membiayai urusan rumah tangga atau untuk membiayai pengeluaran daerah sebagai badan hukum.
4. Pajak daerah dipungut oleh daerah berdasarkan kekuatan peraturan daerah (Perda), maka pemungutan pajak daerah dapat dipaksakan kepada masyarakat yang wajib membayar dalam pungutan administratif kekuasaannya.

Pada umumnya fungsi pajak daerah lebih diarahkan untuk alokasi sumber daya dalam rangka penyediaan pelayanan kepada masyarakat, di samping fungsi regulasi untuk pengendalian. Sesuai hal tersebut, fungsi pajak daerah dapat dibedakan menjadi 2 (dua) fungsi utama, yaitu fungsi budgetory dan fungsi regulatory. (Kemenkeu, 2019, hal. 3-4)

1. Fungsi Penerimaan (Budgetair) Secara sederhana fungsi ini dapat diartikan sebagai alat pemerintah daerah untuk menghimpun dana dari masyarakat untuk berbagai kepentingan pembiayaan pembangunan daerah. Fungsi ini juga tercermin dalam prinsip efisiensi yang menghendaki pemasukan yang sebesar-besarnya dengan pengeluaran yang sekecil-kecilnya dari suatu penyelenggaraan pemungutan pajak daerah.
2. Fungsi Pengaturan (Regulerend) Fungsi lain dari pajak daerah adalah untuk mengatur atau *regulerend*. Fungsi ini berarti pajak daerah dapat digunakan oleh pemerintah daerah sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan

tertentu. Dalam hal ini, pengenaan pajak daerah dapat dilakukan untuk mempengaruhi tingkat konsumsi dari barang dan jasa tertentu.

### **2.1.10.1 Prinsip – Prinsip Pajak Daerah**

Suatu pajak daerah harus memenuhi beberapa prinsip umum, sehingga pemungutannya dapat dilaksanakan secara efisien dan efektif. Dari sejumlah prinsip yang umum digunakan di bidang perpajakan, di bawah ini diuraikan beberapa prinsip pokok dari suatu pajak yang baik, antara lain : (Kemenkeu, 2019, hal. 5-6)

1. Prinsip Keadilan (*Equity*) Dalam prinsip ini ditekankan pentingnya keseimbangan berdasarkan kemampuan masing-masing subjek pajak daerah. Yang dimaksud dengan keseimbangan atas kemampuan subjek pajak adalah dalam pemungutan pajak tidak ada diskriminasi di antara wajib pajak yang memiliki kemampuan yang sama.
2. Prinsip Kepastian (*Certainty*) Kepastian di bidang pajak daerah antara lain mencakup dasar hukum yang mengaturnya; kepastian mengenai subjek, objek, tarif dan dasar pengenaannya; serta kepastian mengenai tata cara pemungutannya. Adanya kepastian akan menjamin setiap orang untuk tidak ragu-ragu dalam menjalankan kewajiban membayar pajak daerah, karena segala sesuatunya diatur secara jelas.
3. Prinsip Kemudahan (*Convenience*) Dalam prinsip ini ditekankan pentingnya saat dan waktu yang tepat bagi wajib pajak daerah dalam memenuhi kewajibannya. Pemungutan pajak daerah sebaiknya dilakukan pada saat wajib pajak daerah menerima penghasilan. Bahkan daerah seharusnya memberikan kesempatan terlebih dahulu kepada masyarakat untuk memperoleh peningkatan pendapatan, dan setelah itu mereka layak memberikan kontribusi kepada daerah dalam bentuk pajak daerah.
4. Prinsip Efisiensi (*Efficiency*) Dalam prinsip ini ditekankan pentingnya efisiensi pemungutan pajak, artinya biaya yang dikeluarkan dalam melaksanakan pemungutan pajak tidak boleh lebih besar dari jumlah pajak yang dipungut.

### **2.1.10.2 Kriteria Pajak Daerah**

Terdapat beberapa kriteria mengenai pajak daerah diantara sebagai berikut: (Kemenkeu, 2019, hal. 6-7)

1. Pungutan bersifat pajak dan bukan retribusi.
2. Objek pajak terletak atau terdapat di wilayah daerah kabupaten/kota yang bersangkutan dan mempunyai mobilitas cukup rendah, serta hanya melayani masyarakat di wilayah daerah kabupaten/kota yang bersangkutan.



3. Objek dan dasar pengenaan pajak tidak bertentangan dengan kepentingan umum.
4. Potensi pajak memadai, artinya hasil penerimaan pajak harus lebih besar dari biaya pemungutan.
5. Objek pajak bukan merupakan objek pajak pusat
6. Tidak memberikan dampak ekonomi yang negatif
7. Memperhatikan aspek keadilan dan kemampuan masyarakat
8. Aspek kemampuan masyarakat
9. Menjaga kelestarian lingkungan

### **2.1.10.3 Jenis Pajak Daerah**

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dalam Pasal 2 ayat (1) dan (2) menyebutkan bahwa pajak daerah dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

1. Jenis pajak provinsi, yang terdiri atas :
  - a. Pajak Kendaraan Bermotor
  - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
  - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor
  - d. Pajak Air Permukaan; dan
  - e. Pajak Rokok
2. Jenis pajak kabupaten/kota, yang terdiri atas :
  - a. Pajak Hotel
  - b. Pajak Retoran
  - c. Pajak Hiburan
  - d. Pajak Reklame
  - e. Pajak Penerangan Jalan
  - f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
  - g. Pajak Parkir
  - h. Pajak Air Tanah
  - i. Pajak Sarang Burung Walet
  - j. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan; dan
  - k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

### **2.1.11 Pajak Kendaraan Bermotor**

Salah satu jenis pajak daerah yang merupakan sumber pendapatan daerah terbesar yaitu Pajak Kendaraan Bermotor. (Karina & Budiarmo, 2016) Pembangunan daerah tiap kabupaten atau kota salah satunya dibiayai melalui dari dana yang didapat melalui pajak kendaraan bermotor. (Putri & Jati, 2013)

### **2.1.11.1 Pengertian Pajak Kendaraan Bermotor**

Pajak Kendaraan Bermotor merupakan salah satu unsur yang terdapat dalam penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) atau juga dapat disebut Pajak Daerah yang termasuk dalam pajak provinsi sebagaimana disebutkan pada penjelasan jenis pajak daerah. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Pasal 1 Nomor 12 dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan “Pajak Kendaraan Bermotor adalah pajak atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor.” Yang selanjutnya dijelaskan pada Pasal 1 Nomor 13, maksud dari kendaraan bermotor itu sendiri yaitu :

“Kendaraan Bermotor adalah semua kendaraan beroda beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat, dan digerakkan oleh peralatan teknik berupa motor atau peralatan lainnya yang berfungsi untuk mengubah suatu sumber daya energi tertentu menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan, termasuk alat-alat berat dan alat-alat besar yang dalam operasinya menggunakan roda dan motor dan tidak melekat secara permanen serta kendaraan bermotor yang dioperasikan di air.”

### **2.1.11.2 Objek dan Subjek Pajak Kendaraan Bermotor**

Berikut ini akan diuraikan mengenai subjek dan objek pajak kendaraan bermotor sesuai dengan dasar hukum atau Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 3 dan 4.

#### **1. Objek Pajak :**

- a. Objek Pajak Kendaraan Bermotor adalah kepemilikan dan/atau penguasaan Kendaraan Bermotor.
- b. Termasuk dalam pengertian Kendaraan Bermotor sebagaimana dimaksud pada (1) adalah kendaraan bermotor beroda beserta gandengannya, yang dioperasikan di semua jenis jalan darat dan 16 kendaraan bermotor yang dioperasikan di air dengan ukuran isi kotor GT 5 (lima Gross Tonnage) sampai dengan GT 7 (tujuh Gross Tonnage).
- c. Dikecualikan dari pengertian Kendaraan Bermotor sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah:
  - 1) Kereta api;
  - 2) Kendaraan Bermotor yang semata-mata digunakan untuk keperluan pertahanan dan keamanan negara;
  - 3) Kendaraan Bermotor yang dimiliki dan/atau dikuasai kedutaan, konsulat, perwakilan negara asing dengan asas

- timbang balik dan lembaga-lembaga internasional yang memperoleh fasilitas pembebasan pajak dari Pemerintah; dan
- 4) Objek Pajak lainnya yang ditetapkan dalam Peraturan Daerah.

2. Subjek Pajak :

- a. Subjek Pajak Kendaraan Bermotor adalah orang pribadi atau Badan yang memiliki dan/atau menguasai kendaraan bermotor.
- b. Wajib pajak kendaraan bermotor adalah orang pribadi atau badan yang memiliki kendaraan bermotor.
- c. Dalam hal wajib pajak badan, kewajiban perpajakannya diwakili oleh pengurus atau kuasa badan tersebut.

### 2.1.11.3 Dasar Pengenaan, Perhitungan Besaran, dan Tarif PKB

Dasar pengenaan pajak kendaraan bermotor di wilayah daerah provinsi Kalimantan Selatan diatur dalam Peraturan Gubernur Kalimantan Selatan Nomor 014 Tahun 2021 Tentang Dasar Perhitungan Dasar Pengenaan Pajak Kendaraan Bermotor dan BBNKB Tahun 2021. Berdasarkan dasar hukum tersebut, dalam Pasal 6 dijelaskan bahwa : “NJKB ubah bentuk sebagai dasar pengenaan PKB dan BBNKB ditetapkan berdasarkan hasil penjumlahan NJKB dengan nilai jual ubah bentuk.”

NJKB sendiri merupakan singkatan dari Nilai Jual Kendaraan Bermotor yang merupakan harga pasaran umum atas suatu kendaraan bermotor. Sedangkan bobot adalah koefisien yang mencerminkan secara relative kadar kerusakan jalan dan pencemaran lingkungan akibat penggunaan kendaraan bermotor. Bobot sebagaimana dimaksud, diuraikan dalam Pasal 7 sebagai berikut :

**Tabel 2.1 Bobot Perhitungan PKB Jenis Kendaraan**

<b>JENIS KENDARAAN</b>	<b>BOBOT</b>
a. Mobil roda tiga, sepeda motor roda dua dan sepeda motor roda tiga	1
b. Sedan dan sejenisnya	1, 025
c. Jeep dan sejenisnya	1, 050
d. Minibus, Station Wagon dan sejenisnya	
e. Microbus dan sejenisnya	
f. Blind Van dan sejenisnya	1, 085
g. Pick Up dan sejenisnya	
<b>JENIS KENDARAAN</b>	<b>BOBOT</b>
h. Bus dan sejenisnya	1, 1
i. Truck dan sejenisnya	1, 3
j. Kendaraan alat berat dan alat – alat besar	1

Sumber : Peraturan Gubernur Kalimantan Selatan Nomor 014 Tahun 2021 Pasal 7

### 2.1.12 Wajib Pajak

Menurut UU RI nomor 28 tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah menyebutkan bahwa Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, yang meliputi pembayaran pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, dan mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan perturan perundang-undangan perpajakan daerah. Wajib pajak terbagi menjadi dua yaitu wajib pajak orang pribadi dan wajib pajak badan.

Menurut Perda Kalimantan Seatan nomor 3 tahun 2011 tentang Pajak Daerah, Badan adalah sekumpulan orang dan/atau modal yang menjadi satu kesatuan baik yang melakukan usaha maupun tidak melakukan usaha yang dapat meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara atau Daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi masa, organisasi politik, ataupun organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi, kolektif dan bentuk usaha tetap.

### 2.1.13 Kepatuhan Wajib Pajak

Budiatmanto (1999) dalam Tjahjono (2006) menjelaskan bahwa kepatuhan wajib pajak adalah perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan yang berlaku . Kepatuhan wajib pajak adalah tingkah laku wajib pajak yang memasukkan dan melaporkan pada waktunya informasi yang diperlukan, mengisi secara benar jumlah pajak yang terutang, dan membayar pajak pada waktunya, tanpa ada tindakan pemaksaan (Kiryanto, 1999)

Hardika (2006) menjelaskan adanya beberapa teori yang terkait dengan kepatuhan wajib pajak. Berikut ini akan dijelaskan masing-masing:

#### a. *Prospect Theory*

*Prospect theory* merupakan salah satu teori yang terkait dengan kepatuhan wajib pajak. Teori ini menjelaskan bagaimana keputusan secara dramatis dipengaruhi oleh cara-cara atau batasan-batasan yang dihadapi. Batasan ini menjadi hal yang penting bagi pengambilan keputusan disebabkan oleh tiga hal: 1. apakah pengeluaran digambarkan sebagai kerugian yang tidak terkompensasi atau sebagai biaya, 2. apakah tingkat referensi ditentukan oleh hal-hal spesifik dimana keputusan tersebut dibuat atau hal-hal yang relatif lebih komprehensif, seperti total aktiva atau total biaya tahunan, dan 3. apakah poin utamanya adalah keuntungan atau kerugian.

#### b. *Deterrence Theory*

*Deterrence theory* merupakan salah satu teori yang terkait dengan kepatuhan wajib pajak. Teori ini didasarkan pada paradigma manfaat. Teori ini menggambarkan suatu model yang memperhitungkan biaya dan manfaat potensial yang akan diperoleh dari suatu tindakan yang dipilih. Sanksi legal merupakan kerugian potensial yang timbul akibat dari tindakan ilegal yang telah dilakukan. Persepsi seseorang terhadap kepastian hukum akan mempengaruhi komitmennya terhadap tindakan ilegal. Seseorang akan berusaha untuk menghindari segala bentuk kerugian potensial akibat tindakan melanggar aturan.

c. *Cognitive Structures*

Asumsi yang tidak ditetapkan dalam penelitian sebelumnya, bahwa sikap patuh terhadap pajak mempengaruhi perilaku wajib pajak melalui niat dan niat akhirnya mempengaruhi perilaku membayar pajak. Fishbein dan Ajzen dengan *Theory of Reasoned Action* mengidentifikasi tiga aspek utama dari hubungan sikap-perilaku. Pertama, yang terkait dengan paralelisme antara sikap dan perilaku, dimana terjadi hubungan yang kuat antara sikap dan perilaku. Hal ini diperoleh dari adanya hubungan yang kuat antara elemen target dan tindakan (*target and action*) dari sikap dan perilaku tersebut. Kedua, berkenaan dengan sikap sebagai pengarah perilaku, maka sikap akan mempengaruhi tindakan sebagai lawan dari sikap mempengaruhi obyek. Ketiga, keseluruhan dari kriteria perilaku merupakan suatu faktor.

d. *Agency Theory*

Agency theory terkait dengan situasi dimana seorang individu yang bekerja sebagai agen bagi individu lain (*principle*) dan memberikan hasil kepada *principle*-nya. Meskipun analisa hubungan antara *agent-principle* kebanyakan menyangkut hubungan antara *management-owner* dan *labor-management*, namun penerapan terkait dengan pajak penghasilan dapat menggambarkan hubungan antara *tax preparers, tax payers, and the government*.

Kepatuhan perpajakan merupakan ketaatan, tunduk dan patuh melaksanakan ketentuan perpajakan. Wajib pajak yang patuh akan memenuhi serta melaksanakan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan dan tidak memiliki tunggakan atau keterlambatan penyetoran pajak (Devano dan Rahayu: 2006).

Kepatuhan Wajib Pajak merupakan suatu masalah penting, karena jika Wajib Pajak tidak patuh maka akan menimbulkan keinginan untuk melakukan tindakan penghindaran, penyeludupan, dan pelalaian pajak yang pada akhirnya menyebabkan penerimaan pajak negara akan berkurang. Menurut Jatmiko (2006), kepatuhan wajib pajak diartikan sebagai memasukkan dan melaporkan tepat waktu informasi yang diperlukan dan mengisi secara benar jumlah pajak terutang dan

membayar pajak pada waktu yang tepat tanpa tindakan pemaksaan, ketidakpatuhan timbul jika salah satu syarat definisi tidak terpenuhi.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Kendaraan Bermotor yaitu kondisi sistem administrasi perpajakan suatu negara, pelayanan kepada wajib pajak, penegakan hukum perpajakan, pemeriksaan pajak dan tarif pajak.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

1. Widi Dwi Ernawati, Bambang Purnomosidhi (2018) “Pengaruh Sikap, Norma Subjective, kontrol Prilaku yang dipersepsikan Dan sunset Policy Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Niat Sebagai Variabel Intervening ”Jurnal Kajian Ilmiah Akuntansi Volume 7 No 2 Tahun 2018 dengan Link <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/ejafe/article/view/31802>

Penelitian ini menganalisis pengaruh variabel-variabel yang terdapat dalam Teori Perilaku Terencana, yaitu sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan niat sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini juga menguji apakah *sunset policy* me-mengaruhi niat terhadap kepatuhan pajak. Sample penelitian ini adalah ahli pajak sebagai wakil Wajib Pajak yang terdaftar pada KPP Pratama Jakarta Pluit. Desain penelitian adalah survei dan instrument yang digunakan adalah kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 86 ahli pajak. Alat uji yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan program SmartPLS.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa sikap dan kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh terhadap niat kepatuhan pajak, sedangkan norma subjektif dan *sunset policy* tidak ber-pengaruh terhadap niat kepatuhan pajak. Hasil studi juga menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh langsung terhadap kepatuhan pajak. Hasil pengujian terakhir adalah niat berpengaruh terhadap kepatuhan pajak.

2. Made Wahyuni, Ni Luh Gede Erni Sulindawati, I Nyoman Putra Yasa (2017) “Pengaruh Sikap Dan Niat Berprilaku Patuh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi” Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Vol: 8 No: 2 Tahun 2017 dengan link <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/13248>

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh sikap,dan niat berperilaku patuh terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan diukur dengan menggunakan skala *likert*. Populasi penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang

terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja sebanyak 47.528 orang. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin diperoleh jumlah minimal sampel wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Singaraja sebanyak 100 orang. Metode pemilihan sampel menggunakan *insidental sampling*, yaitu siapa yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti digunakan sebagai sampel serta cocok sebagai sumber data. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan program *SmartPLS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi, dan niat berperilaku patuh berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

3. Hadi Saputra(2019) “Analisis Kepatuhan Pajak Dengan Pendekatan Teori Perilaku Terencana (Theory Of Planned Behavior) Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Di Provinsi DKI Jakarta. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis Vol. 3, No. 1, April 2019 : hlm 47-58 dengan link <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmieb/article/view/2320> Rendahnya kesadaran wajib pajak orang pribadi dalam membayar pajak telah menjadi masalah utama negara berkembang dalam aspek pajak. Rendahnya kepatuhan wajib pajak orang pribadi dapat dilihat dan dikaji dari sisi psikologi wajib pajak (sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan, niat, dan perilaku kepatuhan pajak). Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori, pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan kriteria wajib pajak orang pribadi yang terdaftar dan memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan melaporkan Surat Pemberitahuan Pajak (SPT) di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) di Provinsi DKI Jakarta. Adapun instrument penelitian dilakukan pretest pada tanggal 28-29 Mei 2018 (2 Hari). Hasil kuesioner yang sudah valid dan reliabel kemudian dilakukan penyebaran ulang untuk keperluan analisa statistik dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan pada tanggal 28 Mei – 05 Juli 2018 (39 Hari). Jumlah sampel yang diolah sebanyak 170 tanggapan wajib pajak, dan data diolah dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan program SmartPLS 3.0. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa sikap dan kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku patuh terhadap pajak, sedangkan norma subjektif berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat berperilaku patuh terhadap pajak. Hasil penelitian mengungkapkan kesesuaian dengan Teori Perilaku Terencana (*Theory of*

*Planned Behavior*) bahwa secara teoritis perilaku wajib pajak disebabkan oleh adanya niat untuk berperilaku patuh terhadap pajak yang direfleksikan oleh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan oleh wajib pajak orang pribadi di Provinsi DKI Jakarta.

4. Donna D. Bobek, **Richard C. Hatfield** (2003) “ *An Investigation of the Theory of Planned Behavior and the Role of Moral Obligation in Tax Compliance*” *Behavioral Research In Accounting* Volume 15, 2003 <https://doi.org/10.2308/bria.2003.15.1.13>

Dalam penelitian ini, Ajzen (1991) Theory of Planned Behavior digunakan sebagai:

Kerangka teoritis untuk memperluas penelitian sebelumnya yang memeriksa niat kepatuhan. Secara khusus, kewajiban moral ditambahkan dengan konstruksi eksplisit teori: sikap, norma subjektif (yaitu, pengaruh teman sebaya), dan kontrol perilaku yang dirasakan. Kewajiban moral diharapkan menjadi pengaruh moderat (Reckers et al. 1994) dan oleh karena itu efek interaksi dihipotesiskan. Penelitian dilakukan dalam dua tahap. Pada fase pertama, prosedur yang digunakan untuk menentukan keyakinan hasil yang mendasari sikap wajib pajak. Keyakinan ini dimasukkan ke dalam sikap ukuran yang digunakan pada fase kedua di mana subjek merespons untuk dua dari tiga skenario kepatuhan pajak. Data dari tahap dua dianalisis menggunakan regresi logistik multinomial. Itu hasil menunjukkan bahwa model termasuk kewajiban moral, memberikan penjelasan yang signifikan dari ketidakpatuhan pajak dalam tiga perbedaan skenario. Namun, efek interaksi kewajiban moral muncul menjadi lebih kompleks daripada hubungan yang disarankan oleh Recker dkk. (1994).

5. Donna D. Bobek, Richard C. Hatfield, and Kristin Wentzel (2007) “*An Investigation of Why Taxpayers Prefer Refunds: A Theory of Planned Behavior Approach*” *Article in Journal of the American Taxation Association March 2008* DOI: 10.1521/jata.2007.29.1.93 JATA Vol. 29, No. 1 Spring 2007 pp. 93–111.

Studi ini mengkaji alasan yang mendasari mengapa wajib pajak cenderung melakukan pembayaran pajak yang pada akhirnya menghasilkan pengembalian pajak. Kita menggunakan Teori Perilaku Terencana Ajzen (1991) untuk memodelkan ini secara komprehensif fenomena. Secara keseluruhan, hasil dari 140 responden menunjukkan sikap wajib pajak (misalnya, keinginan untuk menghindari ketidakpastian atau untuk menghindari kemungkinan kekurangan pembayaran) dan subjektif norma (misalnya, persepsi tentang kemungkinan saran teman) memengaruhi keputusan menahan mereka. Meskipun responden



memahami bahwa mereka melepaskan pendapatan investasi dan merasa bahwa mereka dapat mengubah pemotongan mereka dengan relatif mudah, mereka masih ragu-ragu untuk mengurangi kelebihan pembayaran pajak mereka. Tampaknya pembayar pajak mempersepsikan emosional manfaat (misalnya, "kenikmatan" dari cek pengembalian dana, mengurangi kecemasan) dari pemotongan berlebihan yang sama atau mengimbangi biaya keuangan

6. Fatemeh Soorani, Mostafa Ahmadvand (2018) *“Determinants of consumers’ food management behavior: Applying and extending the theory of planned behavior”*

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0956053X19305446>

<https://doi.org/10.1016/j.wasman.2019.08.025>

Sekitar seperempat dari makanan yang dipasok di dunia terbuang melalui rantai pasokan makanan. Hampir setengah dari jumlah ini terkait dengan limbah makanan rumah tangga, yang diakibatkan oleh salah pengelolaan konsumsi. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen makanan konsumen perilaku untuk mengurangi limbah makanan. Data survei dikumpulkan di antara 405 responden Iran yang bertanggung jawab untuk menyiapkan makanan di rumah tangga mereka dan berusia antara 15 hingga 64 tahun, dengan menggunakan teori diperpanjang perilaku terencana (TPB). Selain mengukur konstruksi teori perilaku terencana, konstruk perasaan bersalah dimasukkan ke dalam model. Diperpanjang Model diturunkan dan diperiksa melalui pemodelan persamaan struktural (SEM). Hasil menunjukkan khasiatnya menggunakan model perilaku terencana yang diperluas dalam memprediksi niat untuk mengurangi limbah makanan dan manajemen konsumsi makanan. Selain itu, sikap, kontrol perilaku yang dirasakan, perasaan bersalah, subjektif norma dan niat untuk tidak menyia-nyikan makanan menjadi pendorong dalam mengatur konsumsi makanan dan menghindari sampah makanan. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa niat untuk mengurangi limbah makanan rumah tangga dapat diprediksi oleh sikap, norma subjektif dan perasaan bersalah yang dibangun. Pada akhirnya, implikasi dari studi untuk perubahan perilaku manajemen makanan konsumen dibahas.

7. Serkan Benk, Ahmet Ferda Çakmak, Tamer Budak (2011). *“An Investigation of Tax Compliance Intention: A Theory of Planned Behavior Approach”* *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*

[https://www.researchgate.net/publication/263199013\\_An\\_Investigation\\_of\\_Tax\\_Compliance\\_Intention\\_A\\_Theory\\_of\\_Planned\\_Behavior\\_Approach](https://www.researchgate.net/publication/263199013_An_Investigation_of_Tax_Compliance_Intention_A_Theory_of_Planned_Behavior_Approach) .

Dalam penelitian ini, Ajzen (1991) Theory of Planned Behavior digunakan sebagai teori kerangka kerja untuk memperluas dan melengkapi penelitian pajak yang ada dengan memeriksa kepatuhan niat wajib pajak orang pribadi di kota Zonguldak di Turki. Mengandalkan teori, kami menguji sejauh mana ekuitas pajak yang dirasakan (vertikal, horizontal dan pertukaran), harapan normatif (norma sosial dan moral), dan sanksi hukum (deteksi, risiko dan besarnya penalti) mempengaruhi niat kepatuhan pajak. Kumpulan data penelitian ini adalah diperoleh dari survei yang diterapkan pada 369 wajib pajak orang pribadi di kota Zonguldak. Konsisten dengan hipotesis, hasil mengungkapkan bahwa harapan normatif dari kepatuhan dan besaran sanksi menunjukkan pengaruh yang paling signifikan terhadap kepatuhan pajak niat. Namun demikian, persepsi pemerataan sistem perpajakan tidak memiliki statistik yang signifikan memengaruhi.

8. Sri Mulyani, Nita Andriyani Budiman, Riyadlus Mei Sakinah (2020) “Analisis Pengaruh Faktor-faktor Demografi Terhadap Kepatuhan Perpajakan” Diterbitkan di Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, 17 (01) 2020, 9-21 <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor-faktor demografi terhadap kepatuhan perpajakan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini dilakukan di KPP Pratama Kudus. Data dianalisis dengan menggunakan uji Chi-Square. Faktor demografi yang diteliti meliputi jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, status pernikahan, jenis pekerjaan, dan tingkat penghasilan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden laki-laki dan perempuan mempunyai kepatuhan perpajakan yang sama sedangkan untuk umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan tingkat penghasilan memiliki tingkat kepatuhan pajak yang berbeda.

9. Putu Juita Sani, Sulfan (2022) dengan “Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pekerjaan Bebas di Kota Denpasar” Jurnal Pajak dan Keuangan Negara Vol.3, No.2, (2022), Hal.284-293. Dengan link <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/pkn/article/view/1520>

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui gambaran dan determinan perilaku kepatuhan WP OP. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah delapan orang WP terdaftar di KPP Pratama Denpasar Barat dan KPP Pratama Denpasar Timur yang merupakan WP OP yang memperoleh penghasilan dari pekerjaan bebas. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Teknik yang digunakan adalah *in depth interview* dengan wawancara semi terstruktur.

Selanjutnya data direduksi dan disajikan, kemudian diverifikasi dan disajikan. Adapun penelitian ini memberikan hasil bahwa WP OP yang memperoleh penghasilan dari pekerjaan bebas di Kota Denpasar sebagian besar telah berperilaku patuh. Determinan perilaku kepatuhan tersebut berasal dari faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal tersebut berupa kerja sama dengan kantor pajak dan norma subyektif, sedangkan kesadaran atas peraturan perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku kepatuhan partisipan. Faktor internal yang mendukung perilaku kepatuhan partisipan adalah tersebut adalah sikap; kontrol perilaku yang dirasakan; dan, cara pandang: usia, pendidikan dan profesi.

10. Sulasih, Suliyanto, Weni Novandari, Azizahtul Munawaroh Judul “ Memprediksi Niat Beli Produk *Fashion* Melalui Aplikasi *Marketplace* dengan *Theory Planned Behaviour* dan *Product Knowledge* sebagai Variabel Moderasi dengan Analisa *Partial Least Square* (PLS)” El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam pada Volume 10, Nomor 1, Januari-Juni 2022: 1-20 Doi : <https://10.24090/ej.v10i1.5718>

Tujuan penelitian ini untuk mengkaji perilaku mahasiswa UIN Saizu dengan menggunakan *Theory Planned Behaviour* (TPB) terkait dengan niat beli produk *fashion* dengan menggunakan aplikasi *marketplace* dengan pengetahuan produk sebagai variabel moderasinya. Jumlah sample 100 mahasiswa UIN Saizu dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. *Partial Least Square* (PLS) digunakan untuk menganalisa data dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk *fashion* melalui aplikasi *marketplace*. Begitu juga untuk *Perceived Behavior Control* dan pengetahuan produk memiliki berpengaruh dan memiliki hubungan positif untuk niat beli mahasiswa UIN Saizu pada produk *fashion* dengan menggunakan aplikasi *marketplace*. Sedangkan *subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk *fashion* melalui *marketplace*. Begitu juga sikap, *subjective norm* dan *perceived behaviour control* memoderasi pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk *fashion* melalui aplikasi *marketplace*. Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat disarankan dalam penelitian berikut untuk menggunakan pengetahuan sebagai variabel mediasi dan menambahkan faktor-faktor yang digunakan sebagai variabel yang telah terbukti mempengaruhi niat perilaku, terutama dalam pembelian produk *fashion* melalui aplikasi *marketplace*.

11. Erica Kakunsi, Sifrid Pangemanan dan Winston Pontoh judul “Pengaruh Gender Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di Wilayah

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tahuna **Jurnal Riset Akuntansi Going Concern** 12(2), 2017, 391-400 Doi : <https://doi.org/10.32400/gc.12.2.17771.2017> .

Hasil dari penelitian ini Tidak terdapat pengaruh langsung Gender pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar pada KPP Pratama Tahuna berdasarkan hasil uji ANOVA dengan nilai signifikansi  $0,806 > 0,05$ .  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Terdapat pengaruh langsung Tingkat Pendidikan pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar pada KPP Pratama Tahuna berdasarkan hasil uji ANOVA dengan nilai signifikansi  $0,000 > 0,05$ .  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Tidak terdapat interaksi antar gender dan tingkat pendidikan dalam memengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar pada KPP Pratama Tahuna berdasarkan hasil uji ANOVA dengan nilai signifikansi  $0,452 > 0,05$ .  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

12. Debbianita dan Verani Carolina (2013) dengan judul “Analisis Pengaruh Tingkat *Tax Knowledge* dan Gender terhadap *Tax Compliance*” : Studi Kasus Pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Bandung. *Jurnal CAPITAL Ekonomi dan Manajemen* Vol 2, No 1 (2018) <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/capital/article/view/3068> Doi : <http://doi.org/10.25273/capital.v2i1.3068>

Dengan menggunakan metode Analysis of Variance (ANOVA). Hasil Penelitian menyatakan bahwa gender adalah salah satu factor yang secara signifikan mempengaruhi perilaku Kepatuhan wajib pajak. Dan tingkat tax knowledge tidak saling berinteraksi satu sama lain. Peneliti sebelumnya melakukan penelitian dengan variable yang sama yaitu Variabel Gender dan Tax Compliance (Kepatuhan Pajak). Peneliti sebelumnya juga meneliti variabel Tax knowledge (pengetahuan pajak) dan melakukan penelitian di objek yang berbeda.

13. Dewi Fitriyani, Eko Prasetyo, Reni Yustien, Achmad Hizazi (2014) dengan judul “Pengaruh Gender, Latar Belakang Pekerjaan, dan Tingkat Pendidikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak” *Jurnal InFestasi* Vol 10, No 2 (2014) Doi : <https://doi.org/10.21107/infestasi.v10i2.530> Metode yang digunakan yaitu Metode Kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, gender tidak mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Latar belakang pekerjaan dan tingkat pendidikan memiliki pengaruh langsung terhadap kepatuhan wajib pajak. Peneliti sebelumnya melakukan penelitian dengan variable yang sama yaitu Gender dan Tingkat Pendidikan. Perbedaan yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya terdapat pada jumlah variable yang diteliti dan objek penelitian.

14. Michael G. Morris, Viswanath Venkatesh, and Phillip L. Ackerman (2005) “*Gender and Age Differences In Employee Decision About New Technology : An Extension To the Theory Of Planned Behavior*”. Dengan Link <https://ieeexplore.ieee.org/document/1388699> dan dengan Doi [10.1109/TEM.2004.839967](https://doi.org/10.1109/TEM.2004.839967) Penelitian ini memperluas teori perilaku terencana dengan memasukkan jenis kelamin dan usia sebagai moderator persepsi pengguna dan adopsi individu dan penggunaan teknologi yang berkelanjutan dalam tempat kerja. Reaksi individu dan perilaku penggunaan teknologi dipelajari selama periode enam bulan di antara 342 pekerja yang diperkenalkan ke aplikasi teknologi perangkat lunak baru. Ketika studi sebelumnya dalam literatur telah melaporkan jenis kelamin atau usia perbedaan secara terpisah, pola hasil dari penelitian yang dilaporkan di sini menunjukkan bahwa efek gender dalam adopsi individu dan penggunaan teknologi berbeda berdasarkan usia. Secara khusus, jenis kelamin perbedaan persepsi teknologi menjadi lebih jelas di antara pekerja yang lebih tua, tetapi pola hasil unisex muncul di antara pekerja yang lebih muda. Teori dan hasil empirisnya adalah juga dibahas dalam kaitannya dengan teknologi yang digunakan secara luas model penerimaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lama stereotip yang menggambarkan "teknologi" sebagai domain berorientasi laki-laki mungkin menghilang—khususnya di kalangan pekerja yang lebih muda. Di terang dari temuan ini, implikasi teoretis bagi para peneliti dan saran praktis untuk manajer dibahas.
15. Elizabeth White Baker, Said S. Al-Gahtani , Geoffrey S. Hubona (2007) “*The Effects Of Gender and Age On New Technology Implementation In A Developing Country*” *Information Technology & People* Vol. 20 No. 4, 2007, DOI 10.1108/09593840710839798 Tujuan – Makalah ini bertujuan untuk menyelidiki efek gender, usia, dan pendidikan pada teknologi baru implementasi di Arab Saudi, negara berkembang secara teknologi, menggunakan Theory of Planned Perilaku (TPB). Desain/metodologi/pendekatan – Penelitian ini merupakan investigasi empiris berdasarkan survei diselesaikan oleh 1.088 pekerja pengetahuan Saudi. Temuan – Model TPB berkinerja baik di Arab Saudi. Validasi ini menyumbang 37 persen dari varians dalam niat perilaku di antara pekerja pengetahuan Saudi. Untuk variabel moderator, tidak ada interaksi yang signifikan secara statistik, dengan pengecualian moderasi persepsi kontrol perilaku pada niat perilaku dengan tingkat pendidikan. Keterbatasan/implikasi penelitian – Arab Saudi adalah contoh bagi banyak negara berkembang dicirikan oleh tradisi intelektual dan budaya yang berbeda dari budaya Barat.

Variabel demografis (misalnya jenis kelamin dan usia) yang telah dilaporkan menjadi moderator signifikan dari pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan pada niat perilaku di sampel budaya lainnya ditemukan tidak signifikan dalam sampel Arab Saudi ini.

Implikasi praktis – Pengembang sistem yang menggunakan pendekatan desain yang berpusat pada pengguna memiliki perbedaan kriteria desain untuk adopsi tenaga kerja yang sukses dari sistem teknologi informasi (TI) di negara berkembang secara teknologi, dibandingkan dengan tenaga kerja dari negara maju secara teknologi. Orisinalitas/nilai – Makalah ini memvalidasi TPB sebagai model multi-budaya untuk menyelidiki dampaknya sikap, keyakinan, dan norma subjektif pada adopsi teknologi, dan, berbeda dengan penelitian sebelumnya, menunjukkan efek (non) dari moderator demografis terpilih pada model yang menggunakan sampel non-Barat.

16. Icek Ajzen “*Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions*” Rivista di Economia Agraria, Anno LXX, n. 2, 2015: 121-138 DOI: <https://10.13128/REA-18003> . Dalam artikel ini, saya mencoba menunjukkan bahwa teori perilaku terencana dapat membantu memprediksi dan menjelaskan niat dan perilaku konsumen. TPB melampaui atribut produk – fokus dari multi-atribut dan subjektif yang diharapkan model utilitas - untuk mempertimbangkan tidak hanya sikap terhadap alternatif pilihan tetapi juga pengaruh norma sosial yang dirasakan dan kontrol perilaku. Sebagai tambahan,TPB dapat mengakomodasi keputusan yang melibatkan pembelian satu produk, merek yang berbeda dari produk yang sama, atau pilihan di antara yang sangat berbeda produk. Selanjutnya, dengan memunculkan hasil perilaku yang mudah diakses, referensi normatif, dan faktor kontrol, penerapan TPB memungkinkan kita untuk langsung mengukur pertimbangan yang memandu keputusan konsumen. TPB juga memungkinkan kita untuk memasukkan berbagai faktor latar belakang, seperti usia atau jenis kelamin, ke dalam model dan untuk menguji pengaruh yang dimediasi dari faktor-faktor ini pada niat dan perilaku. Akhirnya, setelah validitas prediktif teori telah dikonfirmasi, informasi yang diperoleh dapat digunakan untuk merancang perilaku yang efektif mengubah intervensi.
17. Ceren Oztekin, Gaye Teksöz , Savas Pamuk , Elvan Sahin, Dilek Sultan Kilic (2016) “*Gender perspective on the factors predicting recycling behavior: Implications from the theory of planned behavior journal homepage: www.elsevier.com/ locate/wasman DOI: 10.1016/j.wasman.2016.12.036*

Penelitian ini bertujuan untuk menilai peran beberapa atribut sosio-psikologis dalam menjelaskan perilaku daur ulang komunitas universitas Turki dari perspektif gender dalam konteks teori perilaku yang direncanakan dengan variabel tambahan (pengalaman masa lalu). Perilaku daur ulang seluruh sampel, perempuan dan laki-laki, telah diperiksa dalam 3 sesi -tergantung pada argumen yang menjelaskan gender. Pola perilaku lingkungan pribadi dan publik dan berpegang teguh pada fakta mengapa lingkungan perempuan lebih kuat nilai, keyakinan, dan sikap tidak diterjemahkan secara konsisten ke dalam keterlibatan yang lebih besar di depan umum perilaku. Sebagai hasil dari model berjalan, variabel yang berbeda membentuk niat untuk perilaku telah ditemukan, yaitu kontrol perilaku yang dirasakan untuk wanita dan perilaku masa lalu untuk pria. Karena persentase yang rendah dari perbedaan dalam menjelaskan perilaku daur ulang perempuan, mereka telah diidentifikasi sebagai orang-orang yang melakukannya tidak melaksanakan niat (non-pendaur ulang). Karena niat saja yang mampu mengidentifikasi pendaur ulang secara akurat tetapi bukan non-pendaur ulang, mungkin ada faktor lain yang perlu dipertimbangkan untuk memahami alasannya perempuan tidak melaksanakan niat. Hasil statistik deskriptif mendukung identifikasi oleh sikap terhadap daur ulang. Sikap perempuan adalah bawaan (mendaur ulang itu baik, perlu, berguna dan sensitif), sedangkan yang laki-laki terpelajar (daur ulang itu sehat, berharga dan benar). Jadi, sudah menyimpulkan bahwa niat pria untuk mendaur ulang dibentuk oleh perilaku masa lalu mereka dan kesimpulan tersebut didukung oleh laki-laki yang telah belajar sikap terhadap daur ulang sedangkan perempuan tidak memiliki niat untuk mendaur ulang dibentuk oleh kontrol perilaku yang mereka rasakan dan didukung oleh sikap bawaan mereka untuk mendaur ulang. Semua masuk semua, hasil penelitian ini memberikan dukungan lebih lanjut untuk utilitas TPB sebagai model perilaku prediksi dan setuju dengan penelitian lain yang meneliti kegunaan TPB dalam konteks daur ulang.

18. Botetzagias, Iosif and Dima, Antora-Fani and Malesios, Chrisovalantis (2015) “*Extending the Theory of Planned Behavior in the context of recycling: The role of moral norms and of demographic predictors*” Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/99294/> MPRA Paper No. 99294, posted 30 Mar 2020 15:51 UTC DOI: <https://10.1016/j.resconrec.2014.12.004> . Makalah ini mengkaji bagaimana norma moral dan demografis individu karakteristik berinteraksi dengan prediktor 'Teori Perilaku Terencana' standar (Sikap; Norma Subjektif; dan, *Perceived Behavioral Control* (PBC)) dalam menjelaskan niat untuk mendaur ulang (RI). Data kami berasal dari penelitian



empiris bahasa Yunani warga yang dilakukan pada Musim Gugur 2013 (N =293). Melalui pemodelan persamaan struktural, kami menemukan bahwa PBC secara konsisten merupakan prediktor RI yang paling penting. Norma Moral memiliki efek yang lebih besar pada RI daripada Sikap sementara pengaruhnya terutama langsung. Pada sebaliknya, karakteristik demografi ditemukan secara statistik tidak signifikan prediktor RI, mirip dengan Norma Subjektif.

19. Andhy Setyawan , Noermijati Noermijati ,Sunaryo Sunaryo , Siti Aisjah (2016) “*Green product buying intentions among young consumers: extending the application of theory of planned behavior*” Doi: 10.1016/j.wasman.2016.12.036. Epub 2017 Feb 20. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28223075/> *Problems and Perspectives in Management*, Volume 16, Issue 2, 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menilai peran beberapa atribut sosio-psikologis dalam menjelaskan perilaku daur ulang komunitas universitas Turki dari perspektif gender dalam konteks teori perilaku terencana dengan variabel tambahan (pengalaman masa lalu). Perilaku daur ulang seluruh sampel, perempuan dan laki-laki, telah diperiksa dalam 3 sesi -tergantung pada argumen yang menjelaskan pola gender perilaku lingkungan pribadi dan publik dan berpegang teguh pada fakta mengapa nilai-nilai lingkungan yang lebih kuat, keyakinan, dan sikap perempuan tidak menerjemahkan secara konsisten ke dalam keterlibatan yang lebih besar dalam perilaku publik. Sebagai hasil dari model berjalan, variabel yang berbeda membentuk niat untuk perilaku telah ditemukan, yaitu kontrol perilaku yang dirasakan untuk perempuan dan perilaku masa lalu untuk laki-laki. Karena rendahnya persentase varians dalam menjelaskan perilaku daur ulang perempuan, mereka telah diidentifikasi sebagai yang tidak melakukan niat (non-pendaur ulang). Karena niat saja yang mampu mengidentifikasi pendaur ulang secara akurat tetapi bukan non-pendaur ulang, mungkin ada faktor lain yang perlu dipertimbangkan untuk memahami alasan mengapa perempuan tidak melakukan niat tersebut. Hasil statistik deskriptif mendukung identifikasi dengan sikap terhadap daur ulang. Sikap perempuan adalah bawaan (mendaur ulang itu baik, perlu, berguna dan peka), sedangkan laki-laki dipelajari (mendaur ulang itu sehat, berharga dan benar). Dengan demikian, telah disimpulkan bahwa niat pria untuk mendaur ulang dibentuk oleh perilaku masa lalu mereka dan kesimpulan tersebut didukung oleh pria yang memiliki sikap belajar terhadap daur ulang sedangkan kurangnya niat wanita untuk mendaur ulang dibentuk oleh kontrol perilaku yang dirasakan dan didukung oleh perilaku mereka. sikap bawaan untuk daur ulang. Secara



keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan dukungan lebih lanjut untuk kegunaan TPB sebagai model prediksi perilaku dan setuju dengan penelitian lain yang meneliti kegunaan TPB dalam konteks daur ulang. Produk hijau hadir sebagai salah satu solusi untuk isu kelestarian lingkungan. Penelitian ini mengungkapkan faktor-faktor yang menjelaskan niat beli terhadap produk ramah lingkungan kalangan konsumen muda. Konsumen muda adalah konsumen pemula yang akan memainkan peran penting untuk mengambil tanggung jawab dalam melestarikan lingkungan. Theory of Planned Behavior (TPB) dipilih sebagai kerangka teori utama dalam penelitian ini bersama beberapa variabel lain (kepedulian lingkungan, lingkungan pengetahuan, dan kemauan untuk membayar), yang ditambahkan dalam model penelitian untuk memperluas aplikasi TPB. Tiga ratus dua puluh enam responden diwawancarai melalui survei dan data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Temuan menggambarkan bahwa tidak setiap variabel penjelas mempengaruhi pembelian niat terhadap produk hijau di kalangan konsumen muda. Kepedulian lingkungan dan sikap tidak mempengaruhi niat beli terhadap produk hijau di antara konsumen muda.

20. Nurul Muthia Khairati Istiqamah , Muhammad Su'un , Fadliah Nasaruddin (2021). “ *Measurement of individual taxpayer compliance within the planned behavior theory framework*” Dengan link <https://journal.accountingpointofview.id/index.php/povraa> DOI: <https://doi.org/10.47090/povraa.v2i1.114>

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh teori perilaku terencana yang terdiri dari variabel (sikap, standar subjektif, pengendalian perilaku) dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan niat wajib pajak sebagai variabel mediasi. Untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan model korelasional. Wajib Pajak orang pribadi menjadi objek penelitian. Ada 100 wajib pajak yang dihitung menggunakan metode Slovin untuk jumlah sampelnya. Data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, standar subyektif, pengendalian perilaku, dan pengetahuan perpajakan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Niat berdampak langsung terhadap kepatuhan wajib pajak secara positif dan signifikan. Sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan dan pemahaman pajak memiliki dampak positif dan penting terhadap kepatuhan wajib pajak melalui kontrol yang disengaja.

21. Dian Palupi (2017) “ *An Empirical Study on the Theory of Planned Behavior: the Effect of Gender on Entrepreneurship Intention*” *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* Vol. 20, No. 1, April – July 2017, pages 71 – 79 DOI: 10.14414/jebav.v20i1.626 dengan link <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jebav/article/view/626>

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gender terhadap niat berwirausaha melalui variabel pemediasi sikap terhadap kewirausahaan, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan serta implikasinya. Sampel penelitian ini sebanyak 429 mahasiswa yang berasal dari empat perguruan tinggi negeri dan swasta yang ada di Jawa Timur. Pengambilan sampel dilakukan dengan non-random sampling, yaitu melalui accidental sampling. Sampel diambil dari mahasiswa yang sedang mengikuti perkuliahan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah penyebaran kuisioner dan pengembaliannya serta akurasi jawaban yang diberikan oleh mahasiswa. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif menggunakan pemodelan Path Analysis. Hasil penelitian membuktikan bahwa, gender secara langsung berpengaruh terhadap niat berwirausaha. Pengaruh gender terhadap niat berwirausaha dimediasi oleh sikap terhadap kewirausahaan, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan.

22. Theresia Woro Damayanti (2012) ” *CHANGES ON INDONESIA TAX CULTURE, IS THERE A WAY? STUDIES THROUGH THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*” *International Refereed Research Journal* [www..researchersworld.com](http://www.researchersworld.com) Vol.– III, Issue–4(1),October 2012 [8] dengan link <https://www.semanticscholar.org/paper/Changes-on-Indonesia-Tax-Culture%2C-Is-There-a-Way-of-Damayanti/56d3f911aed4b34d206c6d28c6bbac2fcf686dcb>

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yang diharapkan dapat mengubah budaya perpajakan di Indonesia. Responden penelitian ini adalah individu Wajib Pajak yang terdaftar di KPP Pratama Salatiga. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepatuhan pajak dipengaruhi oleh niat untuk mematuhi. Sedangkan niat untuk patuh dipengaruhi oleh sikap terhadap kepatuhan pajak, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Oleh karena itu, upaya mengubah budaya pajak di Indonesia yang semula kemaksiatan berubah menjadi pajak kepatuhan, perlu memperhatikan sikap terhadap kepatuhan pajak, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

23. Ummi Fadhilah (2019) *Religiosity and tax evasion: the application of theory of planned behavior* *Asian Journal of Islamic Management*, 1(1), 66-73. DOI: [https://10.1108/AJIM\\_vol1.iss1.art6](https://10.1108/AJIM_vol1.iss1.art6) Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku kecurangan yang dilakukan oleh Wajib Pajak yang tidak patuh di Indonesia.  
Metodologi: Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari kuesioner yang diperoleh langsung dari objek PNS yang bekerja di Kabupaten Batang Jawa Tengah. PLS-SEM digunakan untuk menguji dan menganalisis data.  
Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif dan signifikan religiusitas terhadap niat pegawai negeri sipil untuk melakukan penghindaran pajak dan ada pengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk melakukan penghindaran pajak.
24. Bagus Tri Haryadi, Sigit Pramono, SE., M.Sc dengan Judul“ Analisis Segmentasi Pasar Berdasarkan Faktor Psikografis Dan Faktor Demografis Perusahaan Teknologi Pada Layanan Jasa Transportasi Berbasis Online Di Kota Malang” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* Vol 5, No 2 dengan menggunakan link <https://jimfeb.uib.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3984/3520> .Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis segmentasi pasar yang terbentuk berdasarkan faktor psikografis dan faktor demografis konsumen jasa transportasi online di Kota Malang dengan menggunakan tehnik analisis kluster. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil responden sebanyak 328 responden.  
Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa segmentasi pasar berdasarkan faktor psikografis konsumen jasa transportasi online dibagi dalam tiga variabel yang terdiri atas aktivitas, minat, dan opini, Sedangkan faktor demografis konsumen jasa transportasi online dibagi dalam lima variabel yang terdiri atas usia, jenis kelamin, penghasilan, pendidikan, dan kelas sosial. Variabel aktivitas, minat, opini, usia, jenis kelamin, pendidikan, dan penghasilan menghasilkan dua kluster dan variabel kelas sosial menghasilkan tiga kluster yang berisi produk – produk jasa transportasi online tertentu. Dari produk-produk tersebut diketahui bahwa produk jasa transportasi online Gojek, Uber, dan Grab mempunyai *brand image* yang kuat di benak konsumen, dibandingkan dengan produk jasa transportasi online lainnya.
25. Irawan Wingdes , Ana Fitriana dengan Judul “Analisis Dan Segmentasi Psikografis Pengguna Sosial Media Untuk Pembelian Di Pontianak diterbitkan oleh *Jurnal EMNASTEKNOMEDIA Online* Vol 5 No 1 Tahun

2017 dengan link  
<https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/1846>

Sosial media untuk pembelian atau transaksi mengalami pertumbuhan sangat pesat di Indonesia. Transaksi yang tinggi disertai jumlah penduduk yang banyak menjadikan Indonesia pasar yang sangat menjanjikan. Pengeluaran untuk pemasaran khususnya di bidang digital juga mengalami pertumbuhan yang sangat tinggi sehingga segmentasi yang tepat akan mengefisienkan usaha pemasaran perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengelompokkan segmen pengguna sosial media untuk pembelian di Pontianak dengan alat ukur psikografis. Psikografis telah lama digunakan sebagai alat untuk segmentasi pasar sehingga layanan perusahaan lebih terfokus dan segmen yang tidak terjangkau oleh demografi dapat dilengkapi oleh psikografi. Value and lifestyle dan list of values digunakan pada penelitian ini. Analisis faktor eksploratif dilakukan dan hasil penelitian berhasil membagi pengguna muda menjadi tujuh karakter faktor psikografis pengguna sosial media untuk pembelian di Pontianak. Ketujuh karakter tersebut adalah agama, fashion kreatif, pembelajar, pemimpin fashion, prakarya, kesenangan dan sosial, pencapaian diri dan keamanan. Faktor psikografis merupakan indikator penting selain demografi agar pemasaran lebih tepat sasaran dan biaya.

26. Sariana . Dengan judul “ Analisis Dimensi Gaya Hidup Terhadap Penentuan Segmentasi Pasar Pada Giant Cabang Alauddin Makassar” Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Volume 1 No 1 Tahun 2017. DOI: <https://doi.org/10.26618/profitability.v1i1.1965> . Dengan Link <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability/article/view/1965> Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Dimensi Gaya Hidup Terhadap Penentuan Segmentasi Pasar Pada Giant Cabang Alauddin Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian pendekatan deskriptif kualitatif, yang bermaksud untuk mengumpulkan data dan informasi tentang permasalahan dan kenyataan pada tempat penelitian menurut apa yang didapatkan pada saat penelitian berlangsung. Penelitian dilakukan di Giant Cabang Alauddin Makassar dibagian pemasaran dengan memilih narasumber yang terdiri sebelas orang informan dan salah satunya yaitu kepala bagian Sec. Manager Fresh dan salah satu karyawan dibagian pengolahan, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik, wawancara, *observation* (pegamatan) serta tekhnik dokumentasi. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa dimensi gaya hidup terhadap segmentasi pasar yang diterapkan di Giant cabang Alauddin Makassar ini

fasilitas yang lengkap, keputusan harga yang diterapkan, keanekaragaman produk yang banyak, layanan toko yang lengkap, keputusan harga yang diterapkan, keanekaragaman produk yang banyak, layanan toko yang lengkap dan keputusan tempat yang strategis, yang diterapkan manajemen ternyata mampu membuat pelanggan merasa nyaman saat berbelanja maka penerapan segmentasi pasar sangatlah efektif dan meningkatkan kepuasan berbelanja.

27. Jushermi “Analisis Sgmentasi Gaya Hidup Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Riau” Jurnal Ekonomi Volume 21, Nomor 1 Maret 2013 dengan link <https://je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/1762>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana segmentasi gaya hidup mahasiswa jurusan manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Riau. dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel gaya hidup sebagai dasar segmentasi yang dilihat dari variabel AIO, yaitu; Aktifitas (Activity), Minat (Interest) dan Pendapat (Opinion). Penelitian ini menggunakan teknik sampling non-probabilitas, yaitu teknik convenience sampling dengan sebelumnya menggunakan rumus slovin maka terpilih 200 orang sampel. Penelitian ini bersifat deskriptif sedangkan analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dan analisis kluster dengan bantuan program SPSS versi 17.0. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan analisis faktor mahasiswa jurusan manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Riau terbagi menjadi 10 Kelompok Komunitas, yaitu komunitas pengikut tren teknologi, komunitas fantasi/hiburan, komunitas rumahan, komunitas gaul, komunitas modern/pengikut trend mode, komunitas pencari informasi, komunitas kebanyakan, komunitas sportif, komunitas touring-wisata kuliner, dan komunitas relasi/pertemanan. Selanjutnya dilakukan dengan analisis kluster menunjukkan bahwa segmentasi gaya hidup mahasiswa jurusan manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Riau terbagi menjadi tiga segmen, yaitu segmen dinamis (26,5%), segmen pencari identitas (41%) dan segmen trendsetter (32,5%)

28. Amin Tohari dengan judul “Analisis Cluster Psikografis Konsumen Kediri Town Square (Cluster Analysis Psychographic Consumers Kediri Town Square) dengan link <https://www.semanticscholar.org/paper/Analisis-Cluster-Psikografis-Konsumen-Kediri-Town-Tohari/010a591b51ef1073627faa569eebac24a1b519f0>

Perkembangan pusat perbelanjaan yang semakin pesat di kota Kediri menimbulkan adanya persaingan usaha, sehingga dibutuhkan strategi pemasaran seperti segmentasi konsumen pada komponen demografis dan

psikografis. Dalam statistika, komponen-komponen tersebut dapat dinyatakan sebagai variabel. Untuk meringkas data dengan banyak variabel, akan digunakan analisis *cluster* dengan metode *k-means cluster*. Data yang digunakan adalah data hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen Kediri Town Square. Analisis *cluster* akan dilakukan pada komponen psikografis konsumen Kediri Town Square. Metode sampling yang digunakan adalah *systematic random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 103 responden. Analisis *cluster* menghasilkan empat segmen yaitu segmen yang dicirikan oleh konsumen yang lebih mempertimbangkan kualitas karena kualitas bagi mereka adalah nomer satu, segmen yang dicirikan oleh konsumen yang setia dengan merek, segmen yang tidak mempermasalahkan harga, dan segmen yang *impulsive* yaitu konsumen yang suka membeli barang yang tidak direncanakan sebelumnya.