



Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan *e-filing* bagi Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Pekanbaru Tampan Tahun 2015

Effect of trust, perception of usefulness, perception of risk, and the satisfaction of taxpayers to use e-filing for the individual taxpayer in KPP Pratama Pekanbaru Tampan 2015

Saripah¹, Adriyanti Agustina Putri^{1*}, Ranti Darwin¹

¹ Universitas Muhammadiyah Riau, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Pekanbaru, Indonesia

^{*}) email: adriyantiagustinaputri@umri.ac.id

Article Info

Article history:

Received:

Oktober 2016

Accepted:

November 2016

Published:

Desember 2016

Keywords:

e-filing,

Kepercayaan,

Kebermanfaatan,

Risiko,

Wajib Pajak

JEL

Classification:

M40

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, dan kepuasan wajib pajak terhadap penggunaan *e-filing* bagi wajib pajak orang pribadi. Sampel dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di kantor pelayanan pajak pratama Pekanbaru Tampan sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji kualitas data dan uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, dan kepuasan wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filing*. Persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filing*. Secara simultan menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan kepuasan wajib pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filing*. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.624 yang berarti 62.4% variabel independen mempengaruhi variabel dependen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Abstract

This study aimed to examine the effect of trust, the perception of usefulness, the perception of risk, and the satisfaction of taxpayers to use e-filing for individual taxpayers. The sample in this research is the individual taxpayer who is registered in the KPP Pratama Pekanbaru Tampan of 100 respondents. Data analysis method used is the data quality, classical assumption, and hypothesis testing. Analysis tool used is multiple linear regression analysis. The results showed that confidence, the perception of usefulness and satisfaction taxpayer a significant effect on the use of e-filing. Perception of risk does not significantly influence the use of e-filing. Simultaneously show that trust, perceived usefulness, perceived risk and taxpayer satisfaction jointly significant effect on the use of e-filing. Adjusted R Square of 0.624 which means 62.4% of independent variables affect the dependent variable, while the rest influenced by other factors not included in the regression model.

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara terbesar. Penerimaan pajak saat ini berperan dalam kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Oleh karena itu hasil

pungutan pajak di negara kita pada masa sekarang ini menjadi sumber utama penerimaan negara yang kontribusinya diharapkan semakin meningkat setiap tahunnya.

Berbagai usaha telah dilakukan oleh segenap aparat Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan penerimaan Negara dari sektor pajak, maka dilakukan pembaharuan-pembaharuan dalam sistem perpajakan. Berbagai terobosan yang terkait dengan aplikasi Teknologi Informasi dalam kegiatan perpajakan terus dilakukan guna memudahkan, meningkatkan serta mengoptimalkan pelayanan kepada Wajib Pajak.

Mengantisipasi perkembangan informasi dan teknologi tersebut, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) berusaha untuk memenuhi aspirasi Wajib Pajak (WP) dengan mempermudah tata cara pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) baik itu SPT Masa maupun SPT Tahunan. Pembaharuan dalam sistem perpajakan yang dilakukan oleh DJP tersebut tidak lain adalah sebagai bagian dari reformasi perpajakan, khususnya administrasi perpajakan. Peningkatan pelayanan perpajakan ini terlihat dengan dikembangkannya administrasi perpajakan modern dan teknologi informasi di berbagai aspek kegiatan.

Salah satu perubahan mendasar yang berkaitan dengan modernisasi pelayanan perpajakan berbasis teknologi informasi adalah dengan penerapan sistem *e-filling* atau *Electronic Filling System*, yaitu pelayanan penyampaian Surat Pemberitahuan Masa (SPT Masa) dan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT Tahunan) yang berbentuk formulir elektronik yang ditransfer atau disampaikan ke Ditjen Pajak melalui Kantor Pelayanan Pajak dengan proses yang terintegrasi secara *online* dan *realtime* (Desmayanti, 2012).

Program *e-filling* digagas oleh Direktorat Jenderal Pajak sebagai sebuah solusi guna mempermudah Wajib Pajak dalam menyampaikan SPT-nya yang merupakan suatu indikator dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Bila dibandingkan dengan negara lainnya, Indonesia sudah tertinggal cukup jauh dalam hal penyampaian SPT melalui *e-filling*. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh OECD (*Organisation For Economic Cooperation and Development*) pada tahun 2011, Argentina menjadi negara tertinggi persentase penyampaian SPT melalui *e-filling* dengan persentase sebesar 100% untuk wajib pajak Badan dan 100% untuk Wajib Pajak Orang Pribadi, disusul oleh Meksiko di urutan kedua dengan 99% untuk Wajib Pajak (WP) Badan dan 100% untuk Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP). Sedangkan Indonesia tertinggal jauh hanya dengan 0.6% untuk WP Badan dan 0% untuk WPOP. Bahkan Indonesia juga tertinggal bila dibandingkan dengan negara Afrika Selatan dengan 99% untuk WP Badan dan 94% untuk WPOP. Hal inilah yang semakin memicu Direktorat Jenderal Pajak untuk terus membangun dan membenahi diri demi kemajuan Indonesia (www.pajak.go.id).

Dalam praktiknya, sistem ini belum semua Wajib Pajak menggunakan *e-filling* karena mungkin Wajib Pajak belum mengetahui adanya *e-filling* atau Wajib Pajak masih menganggap bahwa penggunaan sistem komputer dalam pelaporan SPT sangat membingungkan dan menyulitkan dibandingkan secara manual, dikarenakan masih banyak Wajib Pajak yang belum paham tentang pengoperasian *e-filling* dan kemampuan wajib pajak untuk menggunakan *e-filling* masih minim.

Selain itu, sosialisasi ataupun training dari DJP tentang *e-filling* kepada Wajib Pajak masih belum maksimal dan berkelanjutan. Padahal pelaporan SPT secara komputerisasi memiliki manfaat yang lebih besar bagi Wajib Pajak maupun Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Selain kemampuan wajib pajak, adanya perbedaan persepsi mengenai persepsi kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan kepuasan Wajib Pajak terhadap penggunaan *e-filling* juga menjadi penentu sistem ini dapat diterima atau tidak.

Penelitian ini layak dilakukan untuk mengetahui apakah teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap minat perilaku wajib pajak untuk menggunakan *e-filling* dengan objek penelitian berbeda akan memperoleh hasil yang sama ataukah berbeda hasil. Selain itu, penelitian mengenai minat perilaku untuk menggunakan *e-filling* di Indonesia

masih sedikit. Hal tersebut dikarenakan jumlah pengguna *e-filling* yang relatif kecil. *E-filling* yang memberikan fasilitas yang lebih memudahkan, praktis dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja bagi WP, seharusnya dapat menimbulkan respon yang bagus dan banyak WP yang menggunakan fasilitas yang diberikan DJP tersebut.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Noviandini (2012) tentang Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, persepsi Kemudahan, dan Kepuasan Wajib Pajak terhadap Penggunaan *e-filling* di Yogyakarta. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adanya penambahan faktor lain yang mempengaruhi wajib pajak dalam menggunakan fasilitas *e-filling* yaitu kepercayaan dan persepsi risiko, karena kepercayaan dan persepsi risiko juga menjadi penentu suatu sistem itu di terima atau tidak, Hal ini bisa saja terjadi karena tingkat kepercayaan setiap individu itu berbeda-beda dan jika wajib pajak merasakan bahwa menggunakan sistem ini menimbulkan risiko, baik risiko yang dihasilkan oleh wajib pajak itu sendiri atau oleh sistem tersebut maka akan berpengaruh terhadap wajib pajak yang akan menggunakan *e-filling*.

Maka dalam penelitian ini diharapkan menghasilkan suatu model yang dapat digunakan untuk menganalisis atribut-atribut teknologi khususnya analisis mengenai kepuasan wajib pajak agar konsisten dalam menggunakan *e-filling* di KPP Tampan.

Tinjauan Pustaka

Penggunaan E-Filling (User E-Filling)

Pengguna *e-filling* adalah Wajib Pajak, sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang No. 28/2007 yang merupakan perubahan ketiga atas Undang-Undang No.6/1983 tentang “Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan”. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Wajib Pajak dibedakan menjadi tiga yaitu:

- a. Wajib Pajak Pribadi adalah setiap orang pribadi yang memiliki penghasilan di atas pendapatan tidak kena pajak. Di Indonesia, setiap orang wajib mendaftarkan diri dan mempunyai Nomor Pokok Wajib (NPWP), kecuali ditentukan dalam Undang-Undang.
- b. Wajib Pajak Badan adalah sekumpulan orang atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara atau badan usaha milik daerah dengan nama dan dalam bentuk apa pun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap.
- c. Wajib Pajak Bendaharawan adalah Bendaharawan Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, Instansi atau lembaga pemerintah, Lembaga Negara lainnya, dan Kedutaan Besar Republik Indonesia di Luar Negeri, yang membayar gaji, upah, tunjangan, honorarium dan pembayaran lain dengan nama apapun sehubungan dengan pekerjaan, jasa atau kegiatan.

Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah nomor yang diberikan kepada wajib pajak sebagai sarana dalam administrasi perpajakan yang dipergunakan sebagai tanda pengenalan diri atau identitas wajib pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya. Bisa dikatakan NPWP merupakan suatu sarana dalam administrasi perpajakan yang dipergunakan sebagai tanda pengenalan diri atau identitas wajib pajak. Oleh karena itu, setiap wajib pajak dalam hal berhubungan dengan dokumen perpajakan diharuskan mencantumkan NPWP pada saat penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT).

Surat Pemberitahuan (SPT) adalah surat yang digunakan Wajib Pajak untuk melaporkan penghitungan dan/atau pembayaran pajak, objek pajak dan/atau bukan objek pajak, dan/atau harta dan kewajiban sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Surat Pemberitahuan (SPT) dibedakan menjadi dua:

- a. Surat Pemberitahuan (SPT) Masa adalah surat pemberitahuan yang digunakan untuk melakukan pelaporan atas pembayaran pajak bulanan. Ada beberapa jenis pelaporan SPT Masa yaitu PPh pasal 21, PPh pasal 22, PPh pasal 23, PPh pasal 25, PPh pasal 26, PPh pasal 4 (2), PPh pasal 15, PPN dan PPnBM.
- b. Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan adalah Surat Pemberitahuan yang digunakan oleh WP untuk melaporkan perhitungan dan pembayaran pajak tahunan. Dalam penelitian ini yang diteliti adalah pelaporan SPT Tahunan yang dilakukan oleh Wajib Orang Pribadi.

Kepercayaan

Kepercayaan dapat diartikan sikap mental atau verbal pernyataan yang mencerminkan pengetahuan khusus seseorang dan penilaian tentang beberapa ide atau hal, Sciffman dan Kanuk (dalam Shomad & Purnomosidhi, 2012). Menurut Ba & Pavlou (2002) mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut dan manfaat dari atribut tersebut. Kepercayaan konsumen terhadap produk, atribut, dan manfaat produk menggambarkan persepsi konsumen. Sehingga tingkat kepercayaan konsumen tidak sama, ada yang lebih tinggi dan ada yang lebih rendah. Konsumen disini dapat diartikan Wajib Pajak. Produk disini dapat diartikan *e-filling*. Karena belum ada penelitian terdahulu tentang pengaruh kepercayaan terhadap *e-filling*.

Menurut Mayer *et al*, (dalam Rofiq, 2007) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*) dan integritas (*integrity*).

Jadi dapat di simpulkan bahwa kepercayaan Wajib Pajak menyangkut kepercayaan bahwa penggunaan *e-filling* memiliki manfaat dari atribut tersebut. Kepercayaan Wajib Pajak terhadap *e-filling* menggambarkan persepsi Wajib Pajak. Sehingga tingkat kepercayaan Wajib Pajak tidak sama, ada yang lebih tinggi dan ada yang lebih rendah. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Jaminan kepuasan; 2) Jaminan keamanan data; 3) Kesetiaan yaitu menggambarkan bahwa Wajib Pajak akan selalu menggunakan *e-filling* untuk jangka waktu lama; 4) Keyakinan yaitu menggambarkan Wajib Pajak merasa yakin untuk menggunakan *e-filling*; 5) Percaya akan manfaat yang diberikan; 6) Percaya akan kemudahan penggunaan.

Persepsi Kebermanfaatan

Persepsi kebermanfaatan sistem bagi penggunanya berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas sistem tersebut dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh. Menurut Chang *et al* (dalam Hidayat, 2011) menemukan bahwa manfaat yang dirasakan tidak berdampak langsung pada perilaku niat tetapi memiliki signifikan pada sikap, yang akibatnya berdampak pada perilaku berniat menggunakan sistem. Dalam konteks *e-filling* di penelitian ini, persepsi kebermanfaatan ini diartikan sebagai seberapa besar manfaat sistem *e-filling* bagi Wajib Pajak dalam proses pelaporan SPT. Oleh karena itu, besarnya manfaat yang diperoleh mempengaruhi perilaku Wajib Pajak dalam menggunakan sistem tersebut. Sehingga pada penelitian ini indikator yang digunakan adalah: 1) Mengembangkan Kinerja; 2) Manfaat Sistem; 3) Menambah Produktifitas; 4) Mempertinggi Efektifitas.

Persepsi Risiko

Persepsi risiko akan muncul jika Wajib Pajak tidak berhati-hati dalam menggunakan *e-filling* seperti kesalahan meng-*input* data dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini indikator risiko dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh DJP untuk memperkecil risiko dari penggunaan *e-filling*, diharapkan tindakan yang dilakukan oleh DJP untuk memperkecil risiko akan berdampak positif terhadap Wajib Pajak yang menggunakan *e-filling* dan dari risiko yang ditimbulkan oleh pengguna sistem itu sendiri.

Pengertian mengenai persepsi risiko adalah persepsi atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu menurut Hsu dan Chiu, (dalam Tjini & Baridwan, 2012). Menurut Pavlou (2001) dan Amijaya (2010) mengatakan persepsi atas risiko (*risk*) dapat diukur melalui indikator: a) Besarnya risiko; b) Keamanan transaksi; c) Kebutuhan transaksi; d) Jaminan keamanan.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa semakin kecil tingkat yang ditimbulkan oleh Wajib Pajak dapat meningkatkan penggunaan *e-filling*. Persepsi risiko yang ditimbulkan oleh penggunaan *e-filling* diukur menggunakan indikator: 1) Besarnya risiko yang dihasilkan oleh pengguna atau Wajib Pajak; 2) Kebutuhan penggunaan; 3) Keamanan data

Kepuasan Wajib Pajak

Menurut Seddon dan Kiew (dalam Kirana, 2010), kepuasan pengguna merupakan perasaan bersih dari senang atau tidak senang dalam menerima sistem informasi dari keseluruhan manfaat yang diharapkan seseorang dimana perasaan tersebut dihasilkan dari interaksi dengan sistem informasi. Tiap pengguna mempunyai seperangkat manfaat yang diharapkan atau aspirasi untuk sistem informasi. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan perluasan dimana sistem dapat memenuhi atau gagal memenuhi aspirasi, pengguna mungkin lebih atau kurang puas. Dengan demikian kepuasan pengguna dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh informasi yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan yang mereka perlukan. Kepuasan pengguna menggambarkan keselarasan antara harapan seseorang dan hasil yang diperoleh dari adanya suatu sistem, dimana seseorang tersebut turut berpartisipasi dalam pengembangannya dan ketidakmampuan suatu sistem informasi tersebut memenuhi harapan pengguna dapat menyebabkan kegagalan suatu sistem.

Dalam penelitian ini, variabel ini diukur dengan indikator Mc Gill *et al.* (dalam Kirana, 2010) yang terdiri dari 3 (tiga) item yaitu: efisiensi sistem, keefektifan sistem, dan kepuasan, dan ditambah dengan indikator lain yaitu kebanggaan pengguna saat menggunakan sistem. Indikator kebanggaan ditambahkan karena ketika seseorang itu bangga terhadap suatu sistem berarti orang tersebut merasa puas telah menggunakan sistem tersebut. Indikator diperlukan karena kepuasan pengguna merupakan variabel lain yang tidak dapat diukur secara langsung. Dan dapat disimpulkan indikator penelitian ini meliputi: (1) Efisiensi sistem, (2) Keefektifan sistem, (3) Kepuasan (rasa puas), (4) Kebanggaan menggunakan sistem.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu kegiatan yang meliputi pengumpulan data, mencari informasi dengan tujuan menguji hipotesis dari suatu permasalahan dengan menjelaskan dan meringkaskan berbagai variabel yang timbul. Penelitian ini dilakukan pada wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Kota Pekanbaru Tampan, dilaksanakan dari bulan Mei 2016-Juli 2016.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Wajib Pajak Orang Pribadi yang menggunakan fasilitas *e-filling* yang terdaftar di KPP Pratama Pekanbaru sebanyak 57.886

Wajib Pajak Orang Pribadi (Sumber: data dari KPP Pratama pekanbaru, Desember 2015). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling insidental* yang merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang tersebut sudah menggunakan *e-filling* dan bisa ditetapkan sebagai sumber data. Agar sampel yang diambil dapat mewakili populasinya, maka jumlah sampel dapat dihitung dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N d^2}$$

Keterangan: n = Jumlah sampel; N = Jumlah populasi; D = Persentase kelonggaran ketidakteelitian (presesi) karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Berdasarkan rumus Slovin di atas dan jumlah populasi sebesar 57.886 (jumlah Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Tampan) maka,

$$\begin{aligned} n &= \frac{57.886}{1 + 57.886 (0,1)^2} \\ n &= 99,827 \\ n &= 100 \end{aligned}$$

Berdasarkan kriteria responden yang peneliti jelaskan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 (seratus) wajib pajak orang pribadi.

Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Dependen (Y)

Pengguna *e-filling* adalah Wajib Pajak, Wajib Pajak Pribadi adalah setiap orang pribadi yang memiliki penghasilan di atas pendapatan tidak kena pajak. Di Indonesia, setiap orang wajib mendaftarkan diri dan mempunyai Nomor Pokok Wajib (NPWP), kecuali ditentukan dalam Undang-Undang.

Variabel dependen yang digunakan adalah penggunaan *e-filling*. Variabel ini diukur menggunakan data primer. Penggunaan *e-filling* merupakan perilaku yang tepat untuk mengukur kesuksesan *e-filling* yang diterapkan oleh DJP. Penggunaan *e-filling* juga merupakan ukuran seberapa sering wajib pajak melakukan pelaporan SPT dengan menggunakan *e-filling*.

Pengukuran variabel ini diukur dengan 3 item pertanyaan yang menggunakan skala likert 5 poin. Dimulai dari 1 Sangat Tidak Setuju (STS), poin 2 Tidak Setuju (TS), poin 3 Netral (N), poin 4 Setuju (S), dan poin 5 Sangat Setuju (SS).

b. Variabel Independen (X)

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, dan kepuasan Wajib Pajak adalah variabel independennya.

Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas menggunakan *correlations* yaitu dengan cara mengoreksi skor tiap item dengan total skornya. Kriteria valid atau tidak valid adalah bila korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ (5%) (Ghozali, 2013).

b. Uji Reliabilitas

Keandalan (*reliability*) pengukuran dibuktikan dengan menguji konsistensi dan stabilitas. Konsistensi menunjukkan seberapa baik item-item yang mengukur sebuah konsep bersatu menjadi sebuah kumpulan. Alfa cronbach adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Alfa cronbach dihitung dalam hal rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat alfa cronbach dengan satu, semakin tinggi keadaan konsisten internal (Sekaran, 2006:177). Semakin dekat koefisien keandalan dengan 1,0 maka semakin baik. Secara umum keandalan kurang dari 0,6 dianggap buruk, keandalan dalam kisaran 0,7 bisa diterima dan lebih dari 0,8 adalah baik (Sekaran, 2006).

c. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum relevan dengan responden dengan menggunakan e-filling, jenis usaha, jenis SPT yang dilaporkan melalui e-filling, variabel yang mendasari penggunaan e-filling akan digunakan tabel frekuensi distribusi absolut yang menunjukkan rata-rata, median, kisaran teoritis dan kisaran pengukuran dimana diperoleh dari hasil jawaban responden yang diterima.

d. Uji Normalitas Data

Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2013:27). Dalam penelitian ini digunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (uji K-S). Analisis normalitas data dengan menggunakan uji K-S dilakukan dengan melihat hasil kolmogorov-Smirnov dan nilai probabilitas signifikan atau *asympt. Sig (2-tailed)*. Sebelumnya perlu ditentukan terlebih dahulu hipotesis, yaitu: 1) Hipotesis Nol (H_0): data terdistribusi secara normal; 2) Hipotesis alternatif (H_a): data tidak terdistribusi secara normal. Apabila nilai probabilitas signifikan lebih dari nilai $\alpha=0.05$, maka data terdistribusi secara normal.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel yang independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

Cara untuk menguji apakah dalam model regresi Heteroskedastisitas atau tidak, yaitu dengan uji *glejser*. Uji *glejser* dilakukan dengan meregresikan absolut residual (AbsUt) sebagai variabel dependen, sedangkan variabel independen tetap. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada terjadi Heteroskedastisitas dan apabila nilai signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan tidak adanya Heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Autokorelasi dideteksi dengan nilai *Durbin-Watson*. Batas tidak terjadinya autokorelasi adalah jika $dU < d < 4-dU$. Menentukan nilai dL dan dU dapat dilihat pada tabel *Durbin-Watson* pada Signifikansi 0,05 (Priyanto, 2013).

Model Regresi

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen digunakan random atau stokastik, yang berarti mempunyai distribusi, probabilitas. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan yang berulang)

Model regresi yang digunakan dapat dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana: Y = Penggunaan e-filling; a = Konstanta; b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien regresi; X_1 = Kepercayaan; X_2 = Persepsi Kebermanfaatan; X_3 = Persepsi Risiko; X_4 = Kepuasan Wajib Pajak; e = *Error term*.

Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2013). Nilai dari *level of significant* (α) yang digunakan adalah 5% dan dasar pengambilan keputusan apakah H_1 diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} , apabila:

1. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_1 diterima, karena terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
2. $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$, maka H_1 ditolak, karena tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2013). Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut: Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima atau H_a ditolak, ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independen atau bebas tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_0 atau ditolak H_a diterima, ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Bila nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_a (Widarjono, 2013).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam merancang variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).

Penelitian ini menggunakan *adjusted* (R^2) dikarenakan dapat mengevaluasi model regresi mana yang terbaik. Tidak seperti nilai (R^2), nilai *adjusted* (R^2) dapat naik atau turun

apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Dalam kenyataan, nilai adjusted (R^2) dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Menurut Gujarati, (2004) selama uji empiris didapatkan nilai adjusted (R^2) negatif, maka nilai adjusted (R^2) dianggap bernilai nol.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Pengujian Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid apabila R hitung lebih besar dari pada R tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Dalam penelitian ini untuk mengukur atau menentukan valid atau tidaknya pertanyaan ini adalah apabila korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor menunjukkan hasil yang signifikan dengan tingkat signifikannya 5% $df = n-2$ ($96-2$) = 94 $r_{tabel} = 0,201$, sehingga didapat r tabel untuk df (94) = 0,201.

Tabel 1: Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Penggunaan e-filling	PE1	0,699	0,201	Valid	0,817	0,700	Reliabel
	PE2	0,820	0,201	Valid			
	PE3	0,837	0,201	Valid			
	PE4	0,866	0,201	Valid			
Kepercayaan	K1	0,709	0,201	Valid	0,844	0,700	Reliabel
	K2	0,762	0,201	Valid			
	K3	0,778	0,201	Valid			
	K4	0,658	0,201	Valid			
	K5	0,658	0,201	Valid			
	K6	0,699	0,201	Valid			
	K7	0,775	0,201	Valid			
Persepsi Kebermanfaatan	PK1	0,687	0,201	Valid	0,806	0,700	Reliabel
	PK2	0,744	0,201	Valid			
	PK3	0,709	0,201	Valid			
	PK4	0,713	0,201	Valid			
	PK5	0,791	0,201	Valid			
	PK6	0,640	0,201	Valid			
Persepsi Risiko	PR1	0,698	0,201	Valid	0,748	0,700	Reliabel
	PR2	0,625	0,201	Valid			
	PR3	0,678	0,201	Valid			
	PR4	0,655	0,201	Valid			
	PR5	0,602	0,201	Valid			
	PR6	0,728	0,201	Valid			
Kepuasan Wajib Pajak	KWP1	0,748	0,201	Valid	0,872	0,700	Reliabel
	KWP2	0,826	0,201	Valid			
	KWP3	0,826	0,201	Valid			
	KWP4	0,765	0,201	Valid			
	KWP5	0,760	0,201	Valid			
	KWP6	0,765	0,201	Valid			

Sumber: Data Olahan, 2016

b. Hasil Pengujian Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Untuk mengukur uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien *Alpha* lebih besar dari pada 0,70 (Ghozali, 2013). Dari tabel hasil pengujian

reabilitas data untuk setiap variabel, diperoleh hasil lebih besar dari 0,70 yang berarti bahwa data tersebut reliabel.

c. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dependen maupun independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Analisis normalitas data dengan menggunakan uji K-S dilakukan dengan melihat hasil Kolmogorov-Smirnov dan nilai probabilitas signifikan atau *asympt. Sig. (2-tailed)*.

Tabel 2: One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.41510686
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.055
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.600
Asymp. Sig. (2-tailed)		.864

Sumber: Data Olahan, 2016

Berdasarkan tabel 2 hasil uji normalitas, dapat terlihat bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai signifikan sebesar $0.600 > 0.05$, hal ini menyatakan bahwa model-model regresi memenuhi asumsi normalitas.

d. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 4.7 diatas diperoleh nilai VIF untuk seluruh variabel independen < 10 dan *Tolerance* $> 0,10$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari multikolinearitas.

Tabel 3: Hasil Uji Multikolinearitas dan Tolerance

Variabel	VIF	Tolerance	Kesimpulan
Kepercayaan	2.413	0.414	Bahwa tidak ada terdapat multikolinearitas antara variabel bebas
Persepsi Kebermanfaatan	2.504	0.399	
Persepsi Risiko	1.112	0.899	
Kepuasan Wajib Pajak	2.125	0.471	

Sumber: Data Olahan (2016)

e. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Tabel 4: Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.952	.851		3.469	.001	
1	Kepercayaan	-.012	.040	-.047	-.298	.766
	Persepsi Kebermanfaatan	.028	.048	.093	.582	.562
	Persepsi Risiko	-.055	.030	-.191	-1.797	.076
	Kepuasan Wajib Pajak	-.052	.041	-.188	-1.280	.204

Sumber: Data Olahan (2016)

Tabel diatas hasil uji heteroskedastisitas - *Glejser Test* diketahui bahwa hasil semua variabel independen terhadap variabel dependen yaitu absolute residualnya (0.766, 0.562, 0.076, dan 0.204 > 0.05). Dapat diartikan bahwa model regresi bebas dari heterokedastisitas.

f. Hasil Pengujian Autokorelasi

Autokorelasi dideteksi dengan nilai *Durbin-Watson*. Batas tidak terjadinya autokorelasi jika $dU < d < 4-dU$. Menentukan nilai dL dan dL dapat dilihat pada tabel *Durbin-Watson* pada Signifikansi 0,05, $n= 96$ dan $k= 4$ didapat $dL = 1.582$ dan $dU = 1.755$. Jadi dapat dihitung nilai $4-dU = 2,245$.

Tabel 5: Hasil Pengujian Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.800 ^a	.640	.624	1.44587	1.848

Sumber: Data Olahaan (2016)

Berdasarkan hasil diatas bahwa nilai d (*Durbin Watson*) sebesar 1.848 terletak pada daerah $dU < d < 4-dU$ ($1.755 < 1.848 < 2.245$). Dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukannya autokorelasi dalam model regresi.

g. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan analisis regresi dengan bantuan software SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20. Dari hasil pengolahan data di SPSS, maka persamaan regresi berganda akan dilihat ditabel berikut ini:

$$Y = 0.795 + 0.288X_1 + 0.201X_2 - 0.032X_3 + 0.136X_4$$

Penjelasan:

Nilai konstanta sebesar 0.795 Artinya adalah apabila variabel kepercayaan (X_1), persepsi kebermanfaatan (X_2), persepsi risiko (X_3), dan kepuasan wajib pajak (X_4), diasumsikan nol (0), maka penggunaan *e-filling* sebesar 0.795. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan (X_1) sebesar 0.288 Artinya adalah bahwa setiap peningkatan variabel kepercayaan (X_1) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan, variabel penggunaan *e-filling* (Y) sebesar 0.288 dengan asumsi variabel persepsi kebermanfaatan (X_2), persepsi risiko (X_3), dan kepuasan wajib pajak (X_4) adalah konstan. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kebermanfaatan (X_2) sebesar 0.201 Artinya adalah bahwa setiap peningkatan variabel persepsi kebermanfaatan (X_2) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan, variabel penggunaan *e-filling* (Y) sebesar 0.201 dengan asumsi variabel kepercayaan (X_1), persepsi risiko (X_3), dan kepuasan wajib pajak (X_4) adalah konstan. Nilai koefisien regresi variabel persepsi risiko (X_3) sebesar (0.032) Artinya adalah bahwa setiap peningkatan variabel persepsi risiko (X_3) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan, variabel penggunaan *e-filling* (Y) sebesar (0.032) dengan asumsi variabel kepercayaan (X_1), kebermanfaatan (X_2), dan kepuasan wajib pajak (X_4) adalah konstan. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan wajib pajak (X_4) sebesar 0.136 Artinya adalah bahwa setiap peningkatan variabel kepuasan wajib pajak (X_4) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan, variabel penggunaan *e-filling* (Y) sebesar 0.136 dengan asumsi variabel kepercayaan (X_1), kebermanfaatan (X_2), dan persepsi risiko (X_3) adalah konstan.

h. Hasil Uji t, Uji F, dan R²

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik t untuk masing-masing variabel independen terhadap dependen.

Tabel 6: Hasil Uji t

Hipotesis	t _{hitung}	t _{tabel}	Signifikan	Alpha (a)	Keterangan
H ₁	4.565	1.986	0.000	0.05	Diterima
H ₂	2.656	1.986	0.009	0.05	Diterima
H ₃	-0.673	-1.986	0.503	0.05	Ditolak
H ₄	2.099	1.986	0.039	0.05	Diterima

Sumber: Data Olahan (2016)

Hasil Pengujian Hipotesis H₁ (Terdapat Pengaruh Kepercayaan Terhadap Penggunaan E-Filling bagi Wajib Pajak Orang Pribadi)

Untuk melihat pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan *e-filling* digunakan uji statistik t. Uji statistik t bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} serta melihat nilai signifikannya. Dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $P_{value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $P_{value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Dari Tabel 6 dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4.565 > 1.986$ dengan nilai signifikan sebesar 0.000 dan tingkat kesalahan (α) sebesar 0.05. Pengaruh antara kepercayaan terhadap penggunaan *e-filling* bagi Wajib Pajak Orang Pribadi menunjukkan koefisien regresi variabel positif yaitu sebesar 0.288. sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima.

Dengan adanya kepercayaan dari pengguna *e-filling* maka akan timbul sikap ingin tahu terhadap teknologi baru khususnya dalam penggunaan *e-filling* karena mereka menganggap dengan adanya penerimaan mereka dalam bentuk kepercayaan maka akan mendatangkan keuntungan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan Wajib Pajak terhadap penggunaan *e-filling* maka penggunaan *e-filling* akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yaitu Tjini dan Zaki (2012) melaporkan bahwa ada hubungan yang kuat antara kepercayaan dan *internet banking*.

Hasil Pengujian Hipotesis H₂ (Terdapat Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Penggunaan E-Filling bagi Wajib Pajak Orang Pribadi)

Dari Tabel 6 dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.656 > 1.986$ dengan nilai signifikan sebesar 0.009 dan tingkat kesalahan (α) sebesar 0.05. Pengaruh antara persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan *e-filling* bagi Wajib Pajak Orang Pribadi menunjukkan koefisien regresi variabel positif yaitu sebesar 0.201. Sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.

Persepsi kebermanfaatan diartikan sebagai seberapa besar manfaat sistem *e-filling* bagi Wajib Pajak dalam proses pelaporan SPT. Oleh karena itu, besarnya manfaat yang diperoleh mempengaruhi perilaku Wajib Pajak dalam menggunakan sistem tersebut. Dalam penelitian ini, persepsi kebermanfaatan mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi dalam penggunaan *e-filling*. Hal ini dikarenakan persepsi kebermanfaatan memberikan manfaat dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya maka, semakin besar wajib pajak orang pribadi dalam menggunakan *e-filling*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yaitu Noviani (2012) dan Desmayanti (2012) yang menyatakan persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap penggunaan *e-filling*.

Hasil Pengujian Hipotesis H₃ (Terdapat Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan E-Filling bagi Wajib Pajak Orang Pribadi)

Untuk melihat pengaruh persepsi risiko terhadap penggunaan *e-filling* digunakan uji statistik t. Dari Tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ yaitu $-0.673 > -1.986$ dengan nilai signifikan sebesar 0.503 dan tingkat kesalahan (α) sebesar 0.05. Pengaruh antara persepsi risiko terhadap penggunaan *e-filling* bagi Wajib Pajak Orang Pribadi menunjukkan koefisien regresi variabel negatif yaitu sebesar (0.032). Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat diambil bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap penggunaan *e-filling* bagi Wajib Pajak Orang Pribadi. Sehingga hipotesis ketiga (H_3) ditolak.

Risiko adalah suatu keadaan ketidakpastian atau keragu-raguan yang dipertimbangkan untuk memutuskan dalam menggunakan suatu sistem informasi atau tidak menggunakannya. Pengertian mengenai persepsi risiko adalah persepsi atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu menurut Hsu dan Chiu, (dalam Tjini dan Zaki, 2010).

Wajib pajak menganggap jika penggunaan *e-filling* akan menimbulkan risiko pada saat digunakan, mungkin hal ini disebabkan karena faktor keraguan dan keamanan sistem tersebut. Dapat disimpulkan bahwa semakin kecil risiko yang dirasakan oleh Wajib Pajak Orang Pribadi yang menggunakan *e-filling* maka akan menyebabkan peningkatan terhadap penggunaan *e-filling* tersebut. Apabila pengguna meningkat kemungkinan pengendalian terhadap sistem akan sedikit mendapat perhatian sehingga risiko sistem tersebut dalam hal keamanan data, keamanan jaringan ataupun kualitas jaringan akan semakin meningkat. Dapat disimpulkan bahwa semakin kecil risiko yang dirasakan oleh Wajib Pajak Orang Pribadi yang menggunakan *e-filling* maka akan menyebabkan peningkatan terhadap penggunaan *e-filling* tersebut.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Shomad (2013) yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap penggunaan *e-commerce*. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulastini & Warmika (2014) yang menyatakan persepsi risiko berpengaruh terhadap penggunaan *internet banking*.

Hasil Pengujian Hipotesis H₄ (Terdapat Pengaruh Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-Filling bagi Wajib Pajak Orang Pribadi)

Untuk melihat pengaruh kepuasan wajib pajak terhadap penggunaan *e-filling* digunakan uji statistik t. Dari Tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.099 > 1.986$ dengan nilai signifikan sebesar 0.039 dan tingkat kesalahan (alpha) sebesar 0.05. Pengaruh antara kepuasan wajib pajak terhadap penggunaan *e-filling* bagi Wajib Pajak Orang Pribadi menunjukkan koefisien regresi variabel positif yaitu sebesar 0.136. Dari hasil pengujian tersebut, maka dapat diambil bahwa kepuasan wajib pajak berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *e-filling* bagi Wajib Pajak Orang Pribadi. Sehingga hipotesis ketempat (H₄) diterima.

Kepuasan wajib pajak terhadap penggunaan *e-filling* dilihat dari seberapa besar tingkat ekspektasi wajib pajak orang pribadi tersebut sebelum menggunakan *e-filling* dibandingkan setelah menggunakannya. Apabila mereka merasa puas dalam menggunakan *e-filling* maka akan menimbulkan kepuasan pada penggunaan *e-filling* sehingga akan membuat mereka tetap menggunakan *e-filling* bahkan akan mempengaruhi wajib pajak orang pribadi lainnya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kirana (2010) dan Noviandini (2012) yang menyatakan bahwa kepuasan wajib pajak berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-filling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kepuasa yang dirasakan dan wajib pajak orang pribadi akan menggunakan dalam waktu yang lama.

Hasil Pengujian Simultan (F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang di uji pada tingkat signifikan signifikannya 5% $df = k - 1$ ($5 - 1$) = 4 maka, $f_{tabel} = 2,472$. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah secara bersama-sama kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, kepuasan wajib pajak dan penggunaan *e-filling* diketahui bahwa F hitung $40.390 > F$ tabel $2,472$ dengan Sig $0,000 < 0,05$. Artinya adalah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil, diperoleh nilai R sebesar 0.800 atau 80% dan Adjusted R Square (R^2) sebesar 0.624 memberikan penjelasan bahwa 62.4% penggunaan *e-filling* dipengaruhi oleh kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan kepuasan wajib pajak sedangkan sisanya 37,6% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dimasukkan di model regresi ini. Dari persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa masih terdapat faktor individual lain sebesar 37.6% yang dapat dijelaskan oleh variabel lain yang dapat mempengaruhi Wajib Pajak Orang Pribadi dalam menggunakan *e-filling*.

SIMPULAN

- a. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *e-filling* bagi Wajib Pajak Orang Pribadi. Dengan adanya kepercayaan dari pengguna *e-filling* maka akan timbul sikap ingin tahu terhadap teknologi baru khususnya dalam penggunaan *e-filling* karena mereka menganggap dengan adanya penerimaan mereka dalam bentuk kepercayaan maka akan mendatangkan keuntungan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan Wajib Pajak terhadap penggunaan *e-filling* maka penggunaan *e-filling* akan meningkat.
- b. Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *e-filling* bagi Wajib Pajak Orang Pribadi. Persepsi kebermanfaatan diartikan sebagai seberapa besar manfaat sistem *e-filling* bagi Wajib Pajak dalam proses pelaporan SPT. Oleh karena itu, besarnya manfaat yang diperoleh mempengaruhi perilaku Wajib Pajak dalam menggunakan sistem tersebut. Ketika wajib pajak mempercayai bahwa *e-filling* dapat memberikan manfaat dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya maka, semakin besar wajib pajak orang pribadi akan menggunakan *e-filling*.
- c. Persepsi Risiko tidak berpengaruh terhadap penggunaan *e-filling* bagi Wajib Pajak Orang Pribadi. Wajib pajak menganggap jika penggunaan *e-filling* akan menimbulkan risiko pada saat digunakan, mungkin disebabkan karena faktor keraguan dan keamanan sistem tersebut. Dapat disimpulkan bahwa semakin kecil risiko yang dirasakan oleh Wajib Pajak Orang Pribadi yang menggunakan *e-filling* maka akan menyebabkan peningkatan terhadap penggunaan *e-filling* tersebut.
- d. Kepuasan Wajib Pajak berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan *e-filling* bagi Wajib Pajak Orang Pribadi. Kepuasan pengguna akan mempengaruhi penggunaan sistem *e-filling*. Jika pengguna merasa puas atas sistem *e-filling* maka penggunaan sistem oleh pengguna akan tercapai.
- e. Kepercayaan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan kepuasan wajib pajak berpengaruh secara simultan terhadap Penggunaan *E-filling* Semua variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

SARAN

Saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti bagi kesempurnaan penelitian selanjutnya yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya di sarankan untuk memperluas objek atau tempat penelitian. Hal ini diperlukan untuk meningkatkan atau memperkuat hasil yang diperoleh dimasa yang akan datang sehingga mendapatkan hasil yang sempurna dari penelitian ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang juga menjelaskan penggunaan *e-filling* selain yang digunakan oleh peneliti seperti pengalaman, kecepatan, keamanan dan sebagainya.
3. Bagi penelitian selanjutnya untuk membedakan uji yang sudah digunakan peneliti untuk membedakan hasil penelitian.

4. Bagi peneliti selanjutnya agar membuat kuisioner yang baru dan disesuaikan dengan kondisi daerah yang diteliti.
5. Bagi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Tampan agar melakukan pengendalian terhadap risiko yang dirasakan oleh wajib pajak dalam menggunakan *e-filling* untuk memberkecil risiko seperti adanya save dan agar lebih mensosialisasikan sistem *e-filling* ini kepada seluruh wajib pajak yang melaporkan kewajiban perpajakannya karena masih banyak wajib pajak yang belum mengenal atau mengetahui sistem *e-filling*
6. Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi yang melaporkan SPT agar menggunakan *e-filling* dalam melaporkan kewajiban perpajakannya agar lebih cepat dan mudah. Sehingga wajib pajak tidak harus melaporkan kewajiban perpajakannya dikantor pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. Universitas Diponegoro.
- Ba, S., & Pavlou, P. A. (2002). Evidence of the Effect Of Trust Building Technology In Electronic Markets: Price Premiums And Buyer Behavior 1. *MIS Quarterly*, 26(3), 243–268.
- Desmayanti, E. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fasilitas E-Filling Oleh Wajib Pajak Sebagai Sarana Penyampaian SPT Masa Secara Online dan Realtime*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. (2004). *Basic Econometric* (4th ed.). New York: Mc.Graw Hill companies.
- Hidayat, E. (2011). *Persepsi Pengguna Akan Kemudahan dan Manfaat Teknologi Teleworking Dalam Mempengaruhi Minat Penggunaan Teknologi Teleworking*. Universitas Atma Jaya. Retrieved from <http://e-journal.uajy.ac.id/1549/>
- Kirana, G. G. (2010). *Analisis Perilaku Penerimaan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-Filling*. Universitas Diponegoro. Retrieved from http://eprints.undip.ac.id/23115/1/SKRIPSI_GITA.PDF
- Noviandini, N. C. (2012). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-Filing Bagi Wajib Pajak Di Yogyakarta. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1).
- Pavlou, P. (2001). Consumer Intentions to Adopt Electronic Commerce - Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model. In *DIGIT 2001 Proceedings*. AOS Electronic Library.
- Priyanto, D. (2013). *Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.
- Rofiq, A. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Kasus pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia)*. Universitas Brawijaya.
- Sekaran, U. (2006). *Research methods for Bussines Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Sulastini, N. P., & Warmika, I. G. K. (2014). Aplikasi TAM, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Dalam Menjelaskan Niat Menggunakan Internet banking. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(4). Retrieved from <http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/7584/6359>

- Tjini, S. S. A., & Baridwan, Z. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Widarjono, A. (2013). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.