

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian berupa pengujian hipotesis, yang memiliki tujuan untuk menguji pengaruh antar variabel yang dihipotesiskan dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif pengujian hipotesis ini menggunakan statistik inferensial melalui sejumlah teknik analisis yang relevan sesuai dengan tujuan dan karakteristik data penelitian yang akan diteliti.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang didapatkan langsung dari lapangan melalui responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian dengan menyebar kuesioner. Data yang bersifat terukur dapat memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasi. Penelitian ini akan menjelaskan pengaruh Peraturan Pajak, Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Transaksi *E-Commerce*.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Populasi merupakan objek dan subjek yang digeneralisasi serta memiliki karakteristik tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi penelitian ini adalah distributor masker yang menggunakan layanan *e-commerce* yang sedang aktif melakukan usahanya di wilayah Jakarta Timur per tahun 2021.

##### **3.2.2. Sampel Penelitian**

Sampel penelitian termasuk dari bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu (Sugiyono, 2016). Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *non-probability sampling*, dengan jenis *convenience sampling* yang menggunakan rumus Slovin. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan suatu sampling namun tidak dipilih secara acak.

Sedangkan *convenience sampling* ialah metode pengambilan suatu sampel mengikuti ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkan hal tersebut.

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

**Keterangan:**

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

E = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleransi

Pada penelitian ini menggunakan kelonggaran 5% mengingat adanya keterbatasan waktu, biaya, dan kemampuan yang ada, maka dari itu peneliti tidak melakukan penelitian secara menyeluruh baik subjek penelitian maupun sampel dengan rumus Slovin. Dapat diketahui sebagai berikut : N atau Jumlah populasi adalah 181 orang yang tercatat sebagai distributor masker pada platform shopee. Sedangkan kelonggaran yang digunakan pada penelitian ini adalah 5% (Sugiyono, 2016).

$$n = \frac{181}{1 + 180 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{181}{1,45}$$

$$n = 125.$$

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

#### 3.3.1. Data

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu pendapat secara individual atas kepatuhan wajib pajak, peraturan pajak, sosialisasi pajak, tarif pajak, dan

kesadaran wajib pajak yang diperoleh langsung dari responden pelaku usaha penjualan online yang mengguankan layanan *e-commerce*.

### 3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Metoda pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket ataupun kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang disiapkan oleh peneliti yang berkaitan langsung dengan masalah penelitian. Angket tersebut kemudian diberikan kepada responden untuk memberikan respon atau jawaban pada pertanyaan yang diajukan. Dalam penelitian ini yang digunakan oleh peneliti yaitu kuesioner sebagai metode utama dalam melakukan penelitian agar diperolehnya data dari wajib pajak mengenai Kepatuhan Wajib Pajak yang Melakukan Penjualan dengan transaksi *E-commerce*.

Angket yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan angket tertutup dimana setiap responden hanya memberikan jawaban berupa tanda centang pada pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan. Peneliti yang telah menyiapkan beberapa pertanyaan, kemudian meminta responden untuk menjawab sesuai dengan pendapat dari masing-masing responden. Pendapat responden dapat diukur menggunakan skala Likert yang pada umumnya menggunakan lima angka penilaian (Sugiyono, 2017) dan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.1**

#### **Pengukuran Skala Likert**

<b>Peringkat Pengukuran</b>	<b>Simbol Kuesioner</b>	<b>Arti</b>
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2021

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini terdiri dari satu variabel yang terikat yaitu Kepatuhan Wajib Pajak dan untuk variabel tidak terikat yaitu Peraturan Pajak, Sosialisasi Pajak, Tarif Pajak, dan Kesadaran Wajib Pajak. Definisi operasional untuk setiap variabel dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Kondisi perpajakan yang mengarah pada keikutsertaan aktif wajib pajak dalam menyelenggarakan perpajakannya memerlukan kepatuhan wajib pajak yang tinggi yaitu, kepatuhan dalam pemenuhan kewajiban perpajakan yang sesuai dengan aturan yang berlaku. Wajib pajak yang patuh ialah wajib pajak yang taat dan memenuhi kewajiban perpajakan yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan (Sari, 2017).

#### 2. Peraturan Pajak *E-Commerce* ( $X_1$ )

Menurut (Zuhdi, 2011) mempunyai pengetahuan akan peraturan perpajakan dengan baik, maka wajib pajak akan mengetahui dan memahami seluruh ketentuan terkait dengan kewajiban perpajakan yang berlaku. Oleh karena itu, dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya dapat dengan mudah dilakukan oleh wajib pajak itu sendiri. Hal ini akan terciptanya kepatuhan wajib pajak yang semakin meningkat.

#### 3. Sosialisasi Pajak *E-Commerce* ( $X_2$ )

Sosialisasi perpajakan ini merupakan suatu upaya kegiatan yang dilakukan dalam memberikan informasi mengenai perpajakan, yang bertujuan agar seseorang ataupun kelompok paham dan mengerti tentang perpajakan. Bila sosialisasi yang sudah dijalankan berjalan dengan efektif dan efisien, maka wajib pajak memiliki kesadaran dan telah memahami arti penting dalam membayar pajak. Hal ini yang membuat kepatuhan wajib pajak meningkat, karena wajib pajak sudah termotivasi untuk membayarkan pajaknya (Sudrajat & Parulian Ompusunggu, 2015).

#### 4. Tarif Pajak *E-Commerce* ( $X_3$ )

Menurut (Lazuardini et al., 2015) tarif merupakan jumlah yang digunakan untuk menentukan besaran kewajiban pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak itu sendiri. Tarif ialah persentase/jumlah yang dibayarkan oleh wajib pajak sesuai dengan penghasilan yang dihasilkan oleh wajib pajak.

#### 5. Kesadaran Wajib Pajak ( $X_4$ )

Kesadaran wajib pajak adalah kondisi wajib pajak yang sadar, mengetahui, memahami, dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan benar dan sukarela. Kesadaran wajib pajak sangat dibutuhkan karena arti penting dalam melaksanakan sistem perpajakan yaitu self assessment system. Kesadaran wajib pajak atas pemenuhan kewajiban perpajakannya telah menjadi unsur penting dalam peningkatan kepatuhan wajib pajak (Nugraheni & Purwanto, 2015).

### 3.5. Metode Analisis Data

Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan secara linier antar dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar setiap variabel independen dengan variabel dependen, apakah mempunyai hubungan yang positif atau negatif. Selain itu juga untuk memberikan gambaran nilai maupun mendeskripsikan data dari variabel dependen apakah nilainya mengalami peningkatan atau penurunan. Data yang dapat digunakan dalam penelitian ini bersifat skala interval atau rasio. Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas sehingga bentuk persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \dots + e \dots \dots \dots (3.1)$$

Dimana:

$Y$  = Kepatuhan Wajib Pajak

$A$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi variabel Peraturan Pajak

$X_1$  = Peraturan Pajak

$b_2$  = Koefisien regresi variabel Sosialisasi Pajak

$X_2$  = Sosialisasi Pajak

$b_3$  = Koefisien regresi variabel Tarif Pajak

$X_3$  = Tarif Pajak

$b_4$  = Koefisien regresi variabel Kesadaran Wajib Pajak

$X_4$  = Kesadaran Wajib Pajak

### **3.5.1. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif berfungsi untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel dalam penelitian. Statistik deskriptif yang dipilih digunakan sebagai alat untuk menjelaskan atau memberi gambaran data sampel yang sudah dikumpulkan. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan analisis deskriptif dengan memberikan gambaran data mengenai jumlah data, minimum, maksimum, mean, median dan standar deviasi dari masing-masing variabel yang sudah diteliti.

### **3.5.2. Uji Kualitas Data**

Pengujian terhadap kualitas data yang telah diperoleh harus dilakukan peneliti untuk mengukur variabel melalui instrument kuesioner. Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan sudah benar atau valid dan kebenaran data yang diolah dapat diandalkan. Hal ini sangat menentukan kualitas dari hasil penelitian.

Berikut beberapa penjelasan mengenai uji validitas dan uji reliabilitas, yaitu :

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur benar atau tidaknya suatu kuesioner yang telah dikumpulkan. Menurut (Sugiyono, 2016) Jika hubungan antar skor setiap point pertanyaan dengan total skor mempunyai tingkat signifikansi di bawah 0,05 maka pernyataan tersebut dinyatakan benar dan juga sebaliknya.

#### **2. Uji Reliabilitas**

Suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner ini menjadikan indikator dalam variabel atau susunan. Sebuah kuesioner dinyatakan *reliable* jika jawaban responden dalam kuesioner stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dinyatakan *reliable* jika dapat memperoleh nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6 (Sugiyono, 2018).

### 3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menjadi salah satu jenis pengujian prasyarat pada regresi linier berganda. Menurut (Ghozali, 2018) model regresi yang valid harus dapat melengkapi kriteria BLUE (*Best, Linear, Unbiased, and Estimated*). Adapun cara untuk mengetahui model regresi yang dibuat dalam penelitian ini yaitu sudah memenuhi kriteria BLUE, maka dilakukan uji prasyarat regresi linear berganda, yaitu uji asumsi klasik.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas menjadi langkah uji asumsi paling utama yang wajib dilakukan oleh setiap peneliti. Jika penelitian dilakukan, data yang ada harus mendekati distribusi normal. Menurut (Ghozali, 2018), uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi secara normal atau tidak. Menurut (Ghozali, 2018), cara untuk menentukan apakah data dari penelitian berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari normal *probability plots*. Cara pengujian ini yaitu dengan melihat titik-titik penyebaran data terhadap garis diagonal pada grafik. Terdapat sejumlah kriteria untuk pengambilan keputusan dalam analisis normal *probability plots* sebagai berikut:

- a. Apabila data menyebar dan mengikuti garis diagonal (dapat dilihat dari titik pada grafik), maka dapat ditentukan bahwa data mengikuti pola distribusi secara normal.
- b. Apabila data menyebar dan cenderung menjauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dinyatakan data tersebut tidak menunjukkan pola distribusi secara normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji ini memiliki tujuan agar mengetahui apakah suatu variabel independen pada modal regresi saling berkorelasi atau tidak. Agar mencapai kriteria BLUE, korelasi antar variabel independen tidak dapat terjadi maka dari itu variabel tersebut dikategorikan tidak orthogonal. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala tersebut melalui nilai *tolerance value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *tolerance*  $>0,1$  dan  $VIF < 10$ , maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dengan model regresi.
- b. Apabila nilai *tolerance*  $<0,1$  dan  $VIF > 10$ , maka terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen dengan model regresi.

## 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dapat digunakan untuk melihat terjadi atau tidaknya hubungan antar residu pada periode saat ini ( $t$ ) dengan residu periode sebelumnya ( $t-1$ ). Model regresi harus terbebas dari autokorelasi agar dapat memenuhi kriteria BLUE. (Ghozali, 2018), adapun cara untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat menggunakan uji statistic yaitu uji *Durbin-Watson* ( $dw$ ), dengan pemenuhan kriteria sebagai berikut:

- a. Apabila  $dw < dl$  = terjadi autokorelasi negatif.
- b. Apabila  $dl < dw$  = tidak dapat disimpulkan.
- c. Apabila  $du < dw < 4-du$  = tidak terjadi autokorelasi negative maupun positif.
- d. Apabila  $4-du > dw > 4-dl$  = tidak dapat disimpulkan.
- e. Apabila  $4-dl < dw$  = autokorelasi positif.

## 4. Uji Heterokedastisitas

Pada pengujian ini, yang bertujuan untuk mendeteksi suatu model regresi jika terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dilakukan pengujian untuk dapat melihat terjadi atau



tidaknya heterokedastitas bila menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dengan keputusan dasar sebagai berikut:

- a. Bila *scatter plot graphic* dapat terlihat titik-titik membentuk suatu pola yang teratur, dapat disimpulkan bahwa penelian terjadi heterokedastitas.
- b. Bila *scatter plot graphic* dapat terlihat titik-titik menyebar dari atas dan bawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola teratur, maka hal tersebut dapat dinyatakan tidak terjadi heterokedastitas.

#### 3.5.4. Koefisien Determinasi Adjusted $R^2$

Koefisien determinasi adjusted  $R^2$  yang berfungsi untuk mendeskripsikan variasi setiap variabel dependen. Analisis determinasi dalam regresi linier berganda dapat digunakan untuk memahami persentasi antara pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien ini menentukan seberapa besar persentase dari variabel bebas. Adjusted  $R^2$  sama dengan 0, sehingga masih banyaknya persentase sumbangan yang berpengaruh dari variabel terikat terhadap variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam model penelitian tidak menjelaskan sedikitpun variabel bebas (Ghozali, 2018).

#### 3.5.5. Uji F

(Sugiyono, 2018) untuk mengetahui bersama-sama apakah secara simultan suatu variabel bebas ( $X_1$ ), variabel bebas ( $X_2$ ), variabel bebas ( $X_3$ ), variabel bebas ( $X_4$ ) memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel dependen (Y), maka dapat dilakukan uji signifikan dengan hipotesis:

1.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$ ) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).
2.  $H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$ ) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

Adapun statistic pengujian menurut Ghozali (2009) yaitu:

1. Jika  $-F_{tabel} \geq t_{hitung}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

2. Jika  $F_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.5.6. Uji Statistik t

(Sugiyono, 2016) yang menyatakan bahwa untuk mendeteksi adanya hubungan antar setiap variabel terhadap variabel terikat secara parsial atau per variabel dapat digunakan uji t. Langkah-langkah uji t dapat dilihat dibawah ini:

1. Menentukan formula hipotesis

- $H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas ( $X_n$ ) terhadap variabel terikat (Y).
- $H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas ( $X_n$ ) terhadap variabel terikat (Y).

2. Menentukan level of significant dengan  $\alpha = 5 \%$

3. Tingkat pengujian

Jika  $F_{\text{tabel}} \geq t_{\text{hitung}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $F_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

4. Menentukan nilai  $t_{\text{hitung}}$  dengan menggunakan SPSS

5. Menentukan  $H_0$  diterima atau ditolak

Untuk menentukan  $H_0$  diterima atau ditolak dapat dilihat dari tingkat signifikansi. Apabila tingkat signifikansi dibawah 0,05 maka  $H_0$  diterima atau berpengaruh secara signifikan.