

Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dalam Perspektif Motivasi dan Digitalisasi Layanan

Imelda Astrid Tiarani ^{1*}, Hestin Sri Widiawati ², Linawati ³

^{1, 2, 3} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Indonesia

* imeldaastrid29@gmail.com

Abstract

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Nganjuk yang masih belum optimal, meskipun jumlah kendaraan bermotor terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat wajib pajak yang belum memenuhi kewajiban perpajakannya secara tepat waktu, sehingga berpotensi menghambat optimalisasi penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Motivasi Membayar Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor, dengan Digitalisasi Pelayanan sebagai variabel moderasi di Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Sampel penelitian terdiri atas 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *convenience sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan IBM SPSS *Statistics*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak dan Motivasi Membayar Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor, sedangkan Kualitas Pelayanan Pajak tidak berpengaruh signifikan. Selanjutnya, Digitalisasi Pelayanan mampu memoderasi pengaruh Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Namun, Digitalisasi Pelayanan tidak mampu memoderasi pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Keywords: *Kesadaran Wajib Pajak, Motivasi Membayar Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor, Digitalisasi Layanan.*

Pendahuluan

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara dan daerah yang memiliki peranan penting dalam membiayai penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pajak dipahami sebagai kontribusi wajib yang dibayarkan oleh masyarakat kepada negara berdasarkan undang-undang, tanpa memperoleh imbalan secara langsung, dan digunakan untuk kepentingan publik. Dalam konteks otonomi daerah, pajak daerah menjadi instrumen penting bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan kemandirian fiskal melalui optimalisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD). Salah satu jenis pajak daerah yang memiliki kontribusi besar terhadap PAD provinsi adalah Pajak Kendaraan Bermotor (PKB). Penerimaan dari PKB digunakan untuk mendukung pembiayaan pembangunan daerah, penyediaan fasilitas umum, pembangunan infrastruktur, serta peningkatan kualitas pelayanan publik kepada masyarakat.

Pajak Kendaraan Bermotor menjadi salah satu potensi penerimaan daerah yang penting karena jumlah kendaraan bermotor terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah kendaraan bermotor seharusnya dapat diikuti oleh peningkatan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan secara tepat waktu. Namun, dalam praktiknya,

peningkatan jumlah kendaraan belum sepenuhnya diimbangi dengan tingkat kepatuhan wajib pajak yang optimal. Masih terdapat masyarakat yang belum memenuhi kewajiban pembayaran pajak kendaraan bermotor sesuai dengan waktu yang ditentukan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pencapaian target penerimaan pajak sangat dipengaruhi oleh tingkat kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak, semakin besar pula peluang tercapainya target penerimaan pajak daerah (Nur'Izza et al., 2023).

Kabupaten Nganjuk sebagai salah satu wilayah di Provinsi Jawa Timur juga menghadapi persoalan serupa. Berdasarkan data UPT Pengelolaan Pendapatan Daerah (PPD) Nganjuk, tingkat kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor selama periode 2023–2025 masih mengalami fluktuasi. Pada tahun 2023, jumlah objek Pajak Kendaraan Bermotor tercatat sebanyak 432.895 kendaraan, dengan 367.550 kendaraan atau 84,91% telah melakukan pembayaran pajak, sedangkan 65.345 kendaraan atau 15,09% belum melakukan pembayaran pajak. Pada tahun 2024, jumlah objek pajak tercatat sebanyak 432.824 kendaraan, dengan 369.720 kendaraan atau 85,42% telah melakukan pembayaran pajak, sedangkan 63.104 kendaraan atau 14,58% belum melakukan pembayaran pajak. Selanjutnya, pada tahun 2025 jumlah objek pajak meningkat menjadi 433.711 kendaraan, dengan 368.817 kendaraan atau 85,04% telah melakukan pembayaran pajak, sedangkan 64.894 kendaraan atau 14,96% belum melakukan pembayaran pajak. Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak meningkat pada tahun 2024, tetapi kembali menurun pada tahun 2025.

Fluktuasi tingkat kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat wajib pajak yang belum melaksanakan kewajiban perpajakannya secara optimal. Rendahnya kepatuhan wajib pajak dapat berdampak pada belum maksimalnya penerimaan PKB sebagai salah satu sumber PAD (Saputri & Bahtiar, 2025). Selain itu, kondisi tersebut juga dapat memengaruhi kemampuan pemerintah daerah dalam mencapai target penerimaan pajak yang telah ditetapkan. Dalam praktiknya, sebagian wajib pajak masih menunda pembayaran pajak kendaraan bermotor hingga melewati jatuh tempo. Bahkan, terdapat wajib pajak yang baru melakukan pembayaran ketika memiliki kebutuhan administratif tertentu, seperti perpanjangan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK), proses balik nama kendaraan, atau ketika dilakukan razia kendaraan bermotor. Hal ini menunjukkan bahwa kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor masih cenderung bersifat situasional dan belum sepenuhnya didorong oleh kesadaran pribadi wajib pajak.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor adalah kesadaran wajib pajak (Suryadi et al., 2025). Kesadaran wajib pajak merupakan kondisi ketika wajib pajak mengetahui, memahami, dan melaksanakan kewajiban perpajakannya secara sukarela sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Erasashanti et al., 2024). Kesadaran wajib pajak mencerminkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pajak sebagai sumber penerimaan negara dan daerah untuk membiayai pembangunan serta pelayanan publik (Roudlotul et al., 2024). Wajib pajak yang memiliki kesadaran tinggi akan lebih memahami bahwa membayar pajak kendaraan bermotor merupakan bentuk tanggung jawab sebagai warga negara sekaligus kontribusi terhadap pembangunan daerah (Novianti & Suantha, 2025). Oleh karena itu, semakin tinggi kesadaran wajib pajak, maka semakin besar kemungkinan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara tepat waktu (Rosita et al., 2023).

Penelitian terdahulu menemukan bahwa kesadaran wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor (Hidayat & Maulana, 2022). Temuan tersebut menunjukkan bahwa wajib pajak yang memahami pentingnya pajak cenderung lebih patuh dalam

memenuhi kewajiban perpajakannya. Namun, hasil penelitian lain menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor (Ramadhanty & Setiadi, 2022). Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor masih perlu dikaji kembali, khususnya dengan mempertimbangkan perkembangan digitalisasi layanan perpajakan.

Selain kesadaran wajib pajak, motivasi membayar pajak juga menjadi faktor yang berkaitan dengan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Motivasi membayar pajak merupakan dorongan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Motivasi tersebut dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal, seperti kesadaran akan pentingnya pajak, kebutuhan administrasi kendaraan, pengaruh lingkungan sosial, maupun keinginan untuk menghindari sanksi perpajakan (Rahayu, 2020). Wajib pajak yang memiliki motivasi tinggi cenderung memiliki kemauan yang lebih besar untuk membayar pajak secara tepat waktu. Sebaliknya, rendahnya motivasi dapat menyebabkan wajib pajak menunda pembayaran pajak kendaraan bermotor sehingga berpotensi meningkatkan tunggakan pajak (Febrianti & Harmuti, 2026).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa motivasi membayar pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor karena wajib pajak yang memiliki dorongan tinggi cenderung lebih disiplin dalam membayar pajak sesuai ketentuan (Prasetyo et al., 2023). Temuan lain juga menunjukkan bahwa motivasi wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan perpajakan (Suyanto & Putri, 2017). Namun, penelitian lain menemukan bahwa motivasi membayar pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor (Prastyatini & Nabela, 2023). Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa motivasi membayar pajak belum selalu mampu menjelaskan kepatuhan wajib pajak secara konsisten, sehingga perlu dikaji kembali dalam konteks layanan perpajakan yang semakin berbasis digital.

Faktor lain yang juga berperan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak adalah kualitas pelayanan pajak. Kualitas pelayanan pajak berkaitan dengan kemampuan instansi perpajakan dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, jelas, dan mudah dipahami oleh wajib pajak. Pelayanan yang baik dapat memberikan kenyamanan, kepuasan, serta kepercayaan kepada wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Dalam konteks Pajak Kendaraan Bermotor, kualitas pelayanan dapat dilihat dari kemampuan petugas Samsat dalam memberikan informasi yang jelas, prosedur yang mudah, serta pelayanan yang efektif dan efisien (Rahayu, 2020). Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal, seperti antrean yang panjang, keterbatasan informasi, dan proses administrasi yang rumit, dapat menyebabkan wajib pajak merasa enggan untuk membayar pajak tepat waktu.

Penelitian terdahulu menemukan bahwa kualitas pelayanan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor karena pelayanan yang cepat, jelas, dan ramah dapat memberikan kenyamanan kepada wajib pajak (Anhar et al., 2025). Hasil penelitian lain juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar Pajak Kendaraan Bermotor. Namun, penelitian lain menemukan bahwa kualitas pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor (Hidayat & Maulana, 2022). Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pajak masih perlu diteliti lebih lanjut, terutama ketika pelayanan konvensional mulai didukung oleh layanan perpajakan berbasis digital.

Perkembangan teknologi informasi mendorong pemerintah untuk melakukan inovasi dalam pelayanan perpajakan melalui digitalisasi layanan. Digitalisasi layanan perpajakan diwujudkan melalui berbagai sistem, seperti E-Samsat, Samsat Online, dan pembayaran pajak melalui aplikasi digital. Digitalisasi layanan bertujuan untuk memberikan kemudahan, mempercepat proses pembayaran, mengurangi antrean pelayanan, serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan kepada wajib pajak. Dalam perspektif penerimaan teknologi, wajib pajak akan cenderung menggunakan layanan digital apabila layanan tersebut dinilai bermanfaat dan mudah digunakan. Dengan adanya layanan digital, wajib pajak diharapkan dapat memenuhi kewajiban perpajakan secara lebih mudah, cepat, dan praktis.

Meskipun demikian, pemanfaatan layanan digital perpajakan belum sepenuhnya optimal. Masih terdapat masyarakat yang belum memahami penggunaan layanan digital, memiliki keterbatasan akses teknologi, atau lebih memilih melakukan pembayaran secara langsung di kantor Samsat. Selain itu, sebagian wajib pajak masih merasa kurang percaya terhadap keamanan transaksi digital dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi layanan belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan secara merata oleh seluruh wajib pajak. Penelitian terdahulu menemukan bahwa digitalisasi layanan pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak karena mampu memberikan kemudahan dan efisiensi dalam proses pembayaran pajak (Tambun & Ananda, 2022). Namun, hasil penelitian lain menunjukkan bahwa digital taxation tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Tambun et al., 2020). Temuan berbeda juga menunjukkan bahwa pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Maulida & Chairina, 2026).

Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian mengenai pengaruh kesadaran wajib pajak, motivasi membayar pajak, kualitas pelayanan pajak, dan digitalisasi layanan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Beberapa penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, sedangkan penelitian lain menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya masih menempatkan digitalisasi layanan sebagai variabel bebas dan belum banyak mengkaji perannya sebagai variabel moderasi. Padahal, digitalisasi layanan dapat berperan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara kesadaran wajib pajak, motivasi membayar pajak, dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Dengan demikian, diperlukan penelitian yang mengintegrasikan variabel-variabel tersebut dalam satu model penelitian agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan digitalisasi layanan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kesadaran wajib pajak, motivasi membayar pajak, dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji pengaruh langsung maupun pengaruh moderasi antarvariabel. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor serta memberikan masukan bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan efektivitas pelayanan perpajakan dan pemanfaatan layanan digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran wajib pajak, motivasi membayar pajak, dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Nganjuk. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis peran digitalisasi layanan dalam memoderasi hubungan antara

kesadaran wajib pajak, motivasi membayar pajak, dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian perpajakan daerah serta kontribusi praktis bagi pemerintah daerah dalam merumuskan strategi peningkatan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran wajib pajak, motivasi membayar pajak, dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan digitalisasi layanan sebagai variabel moderasi di Kabupaten Nganjuk. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk memperoleh data numerik yang dapat dianalisis secara statistik sehingga hubungan antarvariabel dapat dijelaskan secara objektif dan terukur (Sugiyono, 2023).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Nganjuk. Berdasarkan data UPT Pengelolaan Pendapatan Daerah (UPT PPD) Nganjuk, jumlah wajib pajak kendaraan bermotor pada tahun 2025 tercatat sebanyak 433.711 wajib pajak. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan wajib pajak yang secara kebetulan ditemui peneliti dan memenuhi kriteria penelitian. Teknik ini digunakan karena peneliti tidak memiliki daftar lengkap seluruh wajib pajak kendaraan bermotor dan pengumpulan data dilakukan secara langsung kepada wajib pajak yang melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor di UPT PPD Nganjuk. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden (Sugiyono, 2023).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, yaitu kesadaran wajib pajak, motivasi membayar pajak, kualitas pelayanan pajak, digitalisasi layanan, dan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert lima poin, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap pernyataan yang diajukan dalam instrumen penelitian (Sugiyono, 2023).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor diukur melalui indikator pemenuhan kewajiban perpajakan sesuai aturan, pembayaran pajak tepat waktu, pemenuhan persyaratan pembayaran pajak, dan pengetahuan mengenai jatuh tempo pembayaran pajak (Karlina & Ethika, 2021). Variabel independen terdiri atas kesadaran wajib pajak, motivasi membayar pajak, dan kualitas pelayanan pajak. Kesadaran wajib pajak diukur melalui indikator kesadaran terhadap hak dan kewajiban perpajakan, kepercayaan masyarakat dalam membayar pajak untuk pembiayaan negara dan daerah, serta dorongan membayar pajak secara sukarela (Karlina & Ethika, 2021).

Motivasi membayar pajak diukur melalui indikator dorongan melaksanakan kewajiban perpajakan, kemauan membayar pajak secara sukarela, dan keinginan membayar pajak tepat waktu. Kualitas pelayanan pajak diukur melalui indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung (Hidayat & Wati, 2022). Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah digitalisasi layanan yang diukur melalui indikator aplikasi layanan pajak berbasis digital, kemudahan akses informasi pajak, dan inovasi layanan digital. Sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji

validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2021).

Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistics. Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, *Moderated Regression Analysis* (MRA), uji t , uji F , dan koefisien determinasi. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi statistik yang diperlukan (Ghozali, 2021). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh kesadaran wajib pajak, motivasi membayar pajak, dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Selanjutnya, *Moderated Regression Analysis* digunakan untuk menguji peran digitalisasi layanan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel moderasi dinyatakan berperan apabila nilai signifikansi interaksi antara variabel independen dan digitalisasi layanan lebih kecil dari 0,05 (Ghozali, 2021).

Hasil

Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Nganjuk. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Instrumen penelitian terdiri atas 25 pernyataan yang mencakup variabel Kesadaran Wajib Pajak (X_1), Motivasi Membayar Pajak (X_2), Kualitas Pelayanan Pajak (X_3), Digitalisasi Layanan (Z), dan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Y). Kuesioner menggunakan skala *Likert* dengan lima alternatif jawaban, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju yang diberi skor 1 sampai 5. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan *IBM SPSS Statistics* versi 23.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Perempuan	55	55%
Laki-Laki	45	45%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa responden perempuan berjumlah 55 orang atau 55%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 45 orang atau 45%. Dengan demikian, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kriteria Umur	Jumlah Responden	Persentase
< 20 Tahun	2	2%
21–30 Tahun	31	31%
31–40 Tahun	32	32%
41–50 Tahun	31	31%
50 Tahun	2	2%
Yang lain	2	2%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan Tabel 2, responden terbanyak berada pada rentang usia 31–40 tahun sebanyak 32 orang atau 32%. Selanjutnya, responden berusia 21–30 tahun dan 41–50 tahun masing-

masing berjumlah 31 orang atau 31%. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh wajib pajak pada usia produktif.

Tabel 3. *Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir*

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
SD/Sederajat	6	6%
SMP/Sederajat	5	5%
SMA/SMK	67	67%
Diploma	8	8%
S1/S2/S3	14	14%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 67 orang atau 67%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan menengah yang memungkinkan mereka memahami prosedur pembayaran pajak kendaraan bermotor.

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian. Statistik deskriptif dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Hasil analisis statistik deskriptif disajikan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. *Statistik Deskriptif Variabel Penelitian*

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Kepatuhan Wajib Pajak	100	16,00	25,00	21,8100	2,26388
Kesadaran Wajib Pajak	100	13,00	25,00	20,4000	2,41627
Motivasi Membayar Pajak	100	14,00	25,00	20,3600	2,19052
Kualitas Pelayanan Pajak	100	14,00	25,00	20,5300	2,40981
Digitalisasi Pelayanan	100	12,00	25,00	19,7000	2,64575

Berdasarkan Tabel 4, seluruh variabel memiliki nilai rata-rata yang relatif tinggi. Variabel Kepatuhan Wajib Pajak memiliki nilai rata-rata sebesar 21,8100 dengan standar deviasi sebesar 2,26388. Variabel Kesadaran Wajib Pajak memiliki nilai rata-rata sebesar 20,4000 dengan standar deviasi sebesar 2,41627. Variabel Motivasi Membayar Pajak memiliki nilai rata-rata sebesar 20,3600 dengan standar deviasi sebesar 2,19052. Variabel Kualitas Pelayanan Pajak memiliki nilai rata-rata sebesar 20,5300 dengan standar deviasi sebesar 2,40981, sedangkan variabel Digitalisasi Pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 19,7000 dengan standar deviasi sebesar 2,64575. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa sebaran data relatif baik dan jawaban responden cenderung terkonsentrasi di sekitar nilai rata-rata.

Uji Asumsi Klasik

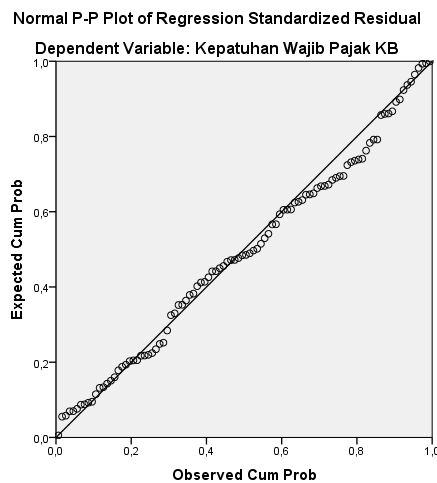
Sebelum dilakukan analisis regresi moderasi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi layak digunakan. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Tabel 5. *Hasil Uji Normalitas*

Keterangan	Nilai
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,186

Berdasarkan Tabel 5, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,186. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi

normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot

Berdasarkan Gambar 1, titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Kondisi ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Pola penyebaran titik yang tidak menjauh secara ekstrem dari garis diagonal mengindikasikan bahwa tidak terdapat penyimpangan yang signifikan terhadap asumsi normalitas. Selain itu, penyebaran residual yang cenderung mengikuti garis diagonal menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi salah satu syarat dalam uji asumsi klasik. Dengan demikian, hasil uji grafik mendukung hasil uji normalitas pada Tabel 5. Berdasarkan hasil tersebut, data dalam penelitian ini layak digunakan untuk tahap analisis regresi selanjutnya.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kesadaran Wajib Pajak	0,446	2,242	Tidak terjadi multikolinearitas
Motivasi Membayar Pajak	0,565	1,771	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan Pajak	0,413	2,421	Tidak terjadi multikolinearitas
Digitalisasi Pelayanan	0,559	1,789	Tidak terjadi multikolinearitas

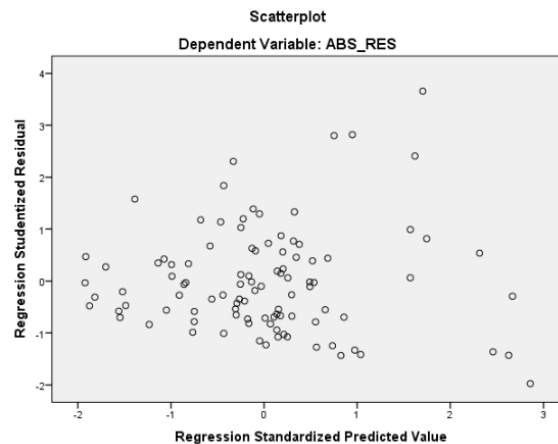
Berdasarkan Tabel 6, seluruh variabel memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10. Variabel Kesadaran Wajib Pajak memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,446 dan VIF sebesar 2,242. Variabel Motivasi Membayar Pajak memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,565 dan VIF sebesar 1,771. Variabel Kualitas Pelayanan Pajak memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,413 dan VIF sebesar 2,421. Variabel Digitalisasi Pelayanan memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,559 dan VIF sebesar 1,789. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Kesadaran Wajib Pajak	0,412	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Motivasi Membayar Pajak	0,683	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan Pajak	0,284	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Digitalisasi Pelayanan	0,850	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 7, seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Kesadaran Wajib Pajak memiliki nilai signifikansi sebesar 0,412, Motivasi Membayar Pajak sebesar 0,683, Kualitas Pelayanan Pajak sebesar 0,284, dan Digitalisasi Pelayanan sebesar

0,850. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot

Berdasarkan Gambar 2, titik-titik pada grafik *scatterplot* menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, hasil uji grafik memperkuat hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 7.

Hasil Analisis Regresi Moderasi

Analisis regresi moderasi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) digunakan untuk menguji peran Digitalisasi Layanan sebagai variabel moderasi pada pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Motivasi Membayar Pajak, dan Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Hasil analisis regresi moderasi disajikan pada Tabel 8 berikut.

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Moderasi

Variabel	Koefisien Regresi
Konstanta	-19,622
Kesadaran Wajib Pajak (X1)	1,131
Motivasi Membayar Pajak (X2)	1,814
Kualitas Pelayanan Pajak (X3)	-0,965
Digitalisasi Layanan (Z)	1,465
X1Z	-0,044
X2Z	-0,079
X3Z	0,054

Berdasarkan Tabel 8, persamaan regresi moderasi yang terbentuk adalah

$$Y = -19,622 + 1,131X_1 + 1,814X_2 - 0,965X_3 + 1,465Z - 0,044X_{1Z} - 0,079X_{2Z} + 0,054X_{3Z} + e.$$

Nilai koefisien Kesadaran Wajib Pajak sebesar 1,131 menunjukkan arah pengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Nilai koefisien Motivasi Membayar Pajak sebesar 1,814 juga menunjukkan arah pengaruh positif. Sementara itu, Kualitas Pelayanan Pajak memiliki koefisien sebesar -0,965 yang menunjukkan arah pengaruh negatif. Variabel Digitalisasi Layanan memiliki koefisien sebesar 1,465, sedangkan variabel interaksi X1Z sebesar -0,044, X2Z sebesar -0,079, dan X3Z sebesar 0,054.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

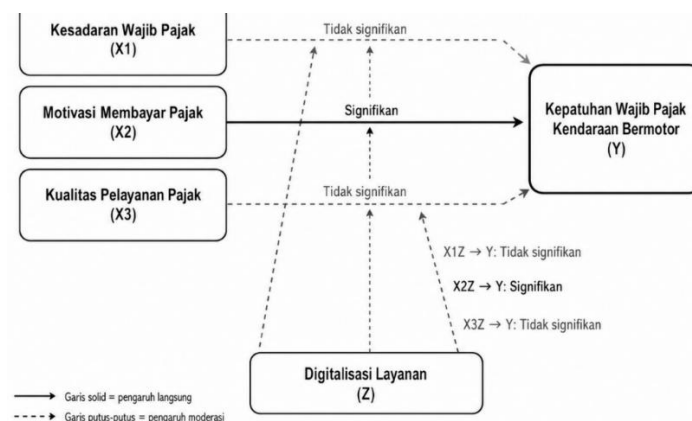
Model	Adjusted R Square	Keterangan
Regresi Moderasi	0,413	Model menjelaskan 41,3% variasi variabel dependen

Berdasarkan Tabel 9, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,413. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kesadaran Wajib Pajak, Motivasi Membayar Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak, Digitalisasi Layanan, serta variabel interaksi X1Z, X2Z, dan X3Z mampu menjelaskan variasi Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor sebesar 41,3%. Sementara itu, sisanya sebesar 58,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Tabel 10. Hasil Uji t dan Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Variabel	t Hitung	Sig.	Hasil
H1	Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	1,529	0,130	Ditolak
H2	Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	2,583	0,011	Diterima
H3	Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	-1,246	0,216	Ditolak
H4	Kesadaran Wajib Pajak × Digitalisasi Layanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	-1,142	0,257	Ditolak
H5	Motivasi Membayar Pajak × Digitalisasi Layanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	-2,278	0,025	Diterima
H6	Kualitas Pelayanan Pajak × Digitalisasi Layanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	1,382	0,170	Ditolak

Berdasarkan Tabel 10, variabel Kesadaran Wajib Pajak memiliki nilai signifikansi sebesar $0,130 > 0,05$ sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dan H1 ditolak. Variabel Motivasi Membayar Pajak memiliki nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dan H2 diterima. Variabel Kualitas Pelayanan Pajak memiliki nilai signifikansi sebesar $0,216 > 0,05$ sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dan H3 ditolak. Selanjutnya, variabel interaksi X1Z memiliki nilai signifikansi sebesar $0,257 > 0,05$ sehingga Digitalisasi Layanan tidak mampu memoderasi pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dan H4 ditolak. Variabel interaksi X2Z memiliki nilai signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$ sehingga Digitalisasi Layanan mampu memoderasi pengaruh Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dan H5 diterima. Sementara itu, variabel interaksi X3Z memiliki nilai signifikansi sebesar $0,170 > 0,05$ sehingga Digitalisasi Layanan tidak mampu memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dan H6 ditolak.



Gambar 3. Ringkasan Model Hasil Penelitian

Berdasarkan Gambar 3, dapat diketahui bahwa dari enam hipotesis yang diuji, terdapat dua hipotesis yang diterima, yaitu pengaruh Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dan peran Digitalisasi Layanan dalam memoderasi pengaruh Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Sementara itu, empat hipotesis lainnya ditolak, yaitu pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak, peran Digitalisasi Layanan dalam memoderasi pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, serta peran Digitalisasi Layanan dalam memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor.

Pembahasan

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Nganjuk. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,130 yang lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis pertama ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran wajib pajak belum sepenuhnya mampu mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pembayaran pajak kendaraan bermotor secara tepat waktu. Meskipun wajib pajak memiliki pemahaman mengenai pentingnya pajak sebagai kewajiban warga negara dan sumber penerimaan daerah, pemahaman tersebut belum tentu diwujudkan dalam perilaku patuh. Kondisi ini dapat terjadi karena kepatuhan wajib pajak tidak hanya ditentukan oleh tingkat kesadaran, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti motivasi pribadi, kebutuhan administrasi kendaraan, kondisi ekonomi, kemudahan layanan, serta dorongan untuk menghindari sanksi.

Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran sebagai bentuk sikap positif terhadap kewajiban pajak belum cukup untuk menghasilkan perilaku patuh. Dalam teori tersebut, perilaku seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, tetapi juga oleh norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Artinya, meskipun wajib pajak memahami pentingnya membayar pajak, perilaku patuh belum tentu terjadi apabila tidak didukung oleh tekanan sosial, kemudahan dalam melakukan pembayaran, serta kemampuan wajib pajak untuk mengakses layanan perpajakan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor (Putri et al., 2024; Ramadhanty & Setiadi, 2022).

Pengaruh Motivasi Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Motivasi Membayar Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Nganjuk. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,011 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis kedua diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi wajib pajak, maka semakin tinggi pula kecenderungan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban pembayaran pajak kendaraan bermotor. Motivasi tersebut dapat muncul dari dorongan internal untuk menjadi warga negara yang taat, keinginan menghindari sanksi administrasi, kebutuhan dalam pengurusan dokumen kendaraan, serta kesadaran bahwa pajak memiliki manfaat bagi pembangunan daerah.

Hasil tersebut sesuai dengan *Expectancy Theory* yang menjelaskan bahwa seseorang akan terdorong melakukan suatu tindakan apabila meyakini bahwa tindakan tersebut dapat memberikan hasil atau manfaat tertentu. Dalam konteks penelitian ini, wajib pajak yang memiliki

motivasi tinggi akan melihat pembayaran pajak sebagai tindakan yang bermanfaat, baik untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan publik. Manfaat pribadi dapat berupa kemudahan administrasi kendaraan dan terhindarnya wajib pajak dari denda, sedangkan manfaat publik berupa kontribusi terhadap pembangunan daerah. Dengan demikian, motivasi menjadi faktor penting yang secara nyata mampu mendorong kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang menyatakan bahwa motivasi membayar pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak (Prasetyo et al., 2023).

Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,216 lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis ketiga ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas pajak belum menjadi faktor utama yang menentukan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Nganjuk. Wajib pajak tetap dapat memenuhi kewajibannya bukan semata-mata karena pelayanan yang diterima, melainkan karena adanya kewajiban hukum, kebutuhan administrasi kendaraan, motivasi pribadi, dan keinginan untuk menghindari sanksi keterlambatan pembayaran.

Apabila dikaitkan dengan *Service Quality Theory*, kualitas pelayanan pada dasarnya dapat meningkatkan kepuasan pengguna layanan melalui keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik pelayanan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan atau persepsi terhadap pelayanan belum tentu berlanjut pada perilaku patuh dalam membayar pajak kendaraan bermotor. Hal ini dapat terjadi karena pembayaran pajak merupakan kewajiban hukum, sehingga keputusan wajib pajak untuk membayar pajak tidak selalu bergantung pada kualitas pelayanan yang diterima. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan tetap penting dilakukan, tetapi perlu disertai dengan peningkatan motivasi, edukasi perpajakan, dan optimalisasi kemudahan layanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor (Hidayat & Maulana, 2022).

Peran Digitalisasi Layanan dalam Memoderasi Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa Digitalisasi Layanan tidak mampu memoderasi pengaruh Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi interaksi Kesadaran Wajib Pajak dan Digitalisasi Layanan sebesar 0,257 yang lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis keempat ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan layanan digital belum mampu memperkuat hubungan antara kesadaran wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak yang memiliki kesadaran tinggi belum tentu menjadi lebih patuh hanya karena tersedianya layanan digital, terutama apabila wajib pajak belum terbiasa menggunakan teknologi, belum memahami prosedur layanan digital, atau masih merasa lebih nyaman melakukan pembayaran secara langsung.

Jika dikaitkan dengan *Technology Acceptance Model*, teknologi akan digunakan apabila dianggap bermanfaat dan mudah digunakan. Dalam penelitian ini, digitalisasi layanan belum mampu memperkuat pengaruh kesadaran terhadap kepatuhan. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan teknologi saja tidak cukup apabila belum disertai pemahaman, kepercayaan, dan kebiasaan wajib pajak dalam menggunakan layanan digital. Dengan demikian, digitalisasi layanan

perlu didukung oleh sosialisasi yang lebih intensif, pendampingan penggunaan aplikasi, serta peningkatan kepercayaan wajib pajak terhadap keamanan layanan digital.

Peran Digitalisasi Layanan dalam Memoderasi Pengaruh Motivasi Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digitalisasi Layanan mampu memoderasi pengaruh Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi interaksi Motivasi Membayar Pajak dan Digitalisasi Layanan sebesar 0,025 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis kelima diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa layanan digital dapat memperkuat hubungan antara motivasi dan kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak yang telah memiliki dorongan untuk membayar pajak akan semakin mudah merealisasikan motivasi tersebut apabila tersedia layanan digital yang cepat, praktis, dan mudah diakses.

Temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* yang menyatakan bahwa seseorang akan menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut dinilai bermanfaat dan mudah digunakan. Dalam konteks penelitian ini, layanan digital dapat memberikan manfaat berupa efisiensi waktu, kemudahan akses informasi, serta kemudahan pembayaran tanpa harus selalu datang ke kantor pelayanan. Oleh karena itu, motivasi wajib pajak menjadi lebih efektif dalam meningkatkan kepatuhan apabila didukung oleh layanan digital yang memudahkan proses pembayaran. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Imanda et al. yang menyatakan bahwa digitalisasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Imanda et al., 2025).

Peran Digitalisasi Layanan dalam Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digitalisasi Layanan tidak mampu memoderasi pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi interaksi Kualitas Pelayanan Pajak dan Digitalisasi Layanan sebesar 0,170 yang lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis keenam ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa layanan digital belum mampu memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan pajak dan kepatuhan wajib pajak. Meskipun layanan digital tersedia, kepatuhan wajib pajak tidak secara otomatis meningkat apabila kualitas pelayanan belum diikuti oleh kemudahan penggunaan teknologi, pemahaman prosedur digital, serta kepercayaan wajib pajak terhadap sistem pembayaran berbasis digital.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan digitalisasi layanan perlu berjalan secara terintegrasi karena penyediaan informasi administrasi perpajakan dan pelayanan yang berkualitas dapat mendukung peningkatan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor (Putra et al., 2025). Pelayanan yang baik belum tentu cukup untuk meningkatkan kepatuhan apabila tidak disertai faktor internal yang mendorong wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya secara tepat waktu, sehingga peningkatan kepatuhan memerlukan pendekatan yang mencakup pelayanan dan perilaku wajib pajak secara bersamaan (Putra et al., 2025). Demikian pula, layanan digital belum tentu memperkuat pengaruh kualitas pelayanan apabila belum dimanfaatkan secara optimal oleh wajib pajak karena penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, kepercayaan, risiko, dan keamanan sistem (Ishak et al., 2025). Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan perpajakan, tetapi juga memastikan bahwa layanan digital mudah digunakan, aman, bermanfaat, efisien, dan dapat dipahami oleh seluruh kelompok wajib pajak (Ishak et al., 2025; Putra et al., 2025).

Implikasi Hasil Penelitian

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa dari enam hipotesis yang diuji, hanya dua hipotesis yang diterima, yaitu pengaruh Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dan peran Digitalisasi Layanan dalam memoderasi pengaruh Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. Sementara itu, Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor, serta Digitalisasi Layanan tidak mampu memoderasi hubungan Kesadaran Wajib Pajak maupun Kualitas Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Dengan demikian, faktor motivasi menjadi aspek yang paling menonjol dalam mendorong kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, terutama ketika didukung oleh layanan digital yang mudah, cepat, dan praktis.

Temuan ini memberikan implikasi teoretis bahwa penggunaan variabel moderasi dalam penelitian akuntansi, khususnya pada bidang perpajakan, mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antarvariabel. Pengujian variabel moderasi tidak hanya menjelaskan pengaruh langsung suatu variabel terhadap variabel lainnya, tetapi juga mengidentifikasi kondisi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut. Selain itu, penelitian ini memberikan implikasi praktis bahwa upaya peningkatan kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor tidak cukup hanya melalui peningkatan kualitas pelayanan maupun pengembangan layanan digital. Pemerintah daerah juga perlu memperkuat motivasi wajib pajak melalui sosialisasi yang berkelanjutan, edukasi mengenai pentingnya pembayaran pajak, serta optimalisasi pemanfaatan layanan digital agar kemudahan yang tersedia dapat mendorong wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara tepat waktu.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Nganjuk, dapat disimpulkan bahwa motivasi membayar pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor dengan nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$. Sebaliknya, kesadaran wajib pajak dan kualitas pelayanan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak karena masing-masing memiliki nilai signifikansi sebesar $0,130$ dan $0,216 > 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa dorongan internal wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya memiliki peran yang lebih penting dibandingkan tingkat kesadaran dan kualitas pelayanan yang diterima.

Digitalisasi layanan terbukti mampu memoderasi pengaruh motivasi membayar pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nilai signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$. Namun, digitalisasi layanan tidak mampu memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak maupun kualitas pelayanan pajak. Nilai Adjusted R Square sebesar $0,413$ menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan $41,3\%$ variasi kepatuhan wajib pajak, sedangkan $58,7\%$ sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah perlu meningkatkan motivasi wajib pajak melalui edukasi, sosialisasi manfaat pajak, pengingat pembayaran, dan penyediaan layanan digital yang mudah, cepat, aman, serta praktis. Penelitian ini terbatas pada wilayah Kabupaten Nganjuk, jumlah responden yang relatif terbatas, dan penggunaan teknik *accidental sampling*. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas wilayah dan jumlah responden serta menambahkan variabel sanksi pajak, literasi perpajakan, pendapatan, dan kepercayaan terhadap pemerintah.

Acknowledgment

-

Referensi

- Anhar, A. A. A., Finanto, H., & Arazy, D. R. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan pajak dan sanksi pajak kendaraan bermotor terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Balikpapan. *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*, 7(2). <https://doi.org/10.11594/untad.jan.7.2.25533>
- Erasashanti, A. P., Cahaya, Y. F., Yuniarti, R., Rifaldi, M., & Prasetyo, J. H. (2024). The role of taxpayer awareness in enhancing vehicle tax compliance in Indonesia: An attribution theory approach. *Journal of Tax Reform*, 10(1), 162–180. <https://doi.org/10.15826/jtr.2024.10.1.163>
- Febrianti, A. E., & Harmurti, F. . (2026). Pengaruh Kompleksitas Pajak, Kepercayaan kepada Otoritas Pajak, dan Literasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada KPP Pratama Klaten. *Journal Social Society*, 6(3), 2706–2715. <https://doi.org/10.54065/jss.6.3.2026.1594>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, I., & Maulana, L. (2022). Pengaruh kesadaran wajib pajak, sanksi pajak, dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kota Tangerang. *Bongaya Journal of Research in Accounting*, 5(1), 11–35. <https://doi.org/10.37888/bjra.v5i1.322>
- Hidayat, R., & Wati, S. R. (2022). Pengaruh kesadaran wajib pajak dan kualitas pelayanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak bumi dan bangunan di Kota Bandung. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(4), 4009–4020. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1068>
- Ishak, A. F., Zahra, F., & Meldawati, L. (2025). Literature study on Go-Pay service acceptance model for consumers. *Income Journal of Economics Development*, 5(2), 275–282. <https://doi.org/10.54065/ijed.5.2.2025.464>
- Karlina, U. W., & Ethika, M. H. (2020). Pengaruh pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing*, 15(2), 143–154. <https://doi.org/10.37301/jkaa.v15i2.30>
- Lestari, D. I., & Wardani, D. K. (2022). Pengaruh persepsi keadilan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan motivasi membayar pajak sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, 4(1), 23–32. <https://doi.org/10.24964/japd.v4i1.1723>
- Maulida, D. N., & Chairina, S. W. (2026). Pengaruh literasi pajak, sanksi pajak, dan pemanfaatan sistem digitalisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z dengan sosialisasi pajak sebagai variabel moderasi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 72–82. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.6106>
- Novianti, T., & Suantha, K. K. (2025). Pengaruh kesadaran dan pemahaman wajib pajak terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor di Kecamatan Astanaanyar Kota

- Bandung. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 5(3), 135–145.
<https://doi.org/10.51903/jupea.v5i3.3936>
- Nur 'Izza, A., Linawati, & Sugeng. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan pajak, sanksi perpajakan, dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *JAE: Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 8(3), 63–72.
<https://doi.org/10.29407/jae.v8i3.20948>
- Prasetyo, H., Herawati, N., & Auliyah, R. (2023). Pengaruh penerapan e-Samsat, tingkat ekonomi, dan biro jasa terhadap motivasi membayar pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan (JIaku)*, 2(4), 355–368.
<https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i4.6099>
- Prastyatini, S. L. Y., & Nabela, Y. A. (2023). Pengaruh motivasi, pemanfaatan teknologi informasi, sanksi administrasi, dan tingkat pendapatan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 23(2), 1–16.
<https://doi.org/10.29040/jap.v23i2.7707>
- Putra, A. D., Masdar, R., Parwati, N. M. S., & Betty. (2025). The influence of tax administration information, tax sanctions forgiveness and service quality on motor vehicle taxpayer compliance. *Income Journal of Economics Development*, 5(2), 250–262.
<https://doi.org/10.54065/ijed.5.2.2025.434>
- Putri, A. A., Oktarina, J., Maharani, P., Arfandi, A., & Fionasari, D. (2024). Pengaruh kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, kewajiban moral, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Pekanbaru. *JUEB: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 41–46. <https://doi.org/10.57218/jueb.v3i1.1034>
- Rahayu, S. K. (2020). *Perpajakan: Konsep, sistem, dan implementasi* (Edisi revisi). Rekayasa Sains.
- Ramadhanty, D. P., & Setiadi, I. (2022). Pengaruh kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan, dan penerapan e-Samsat terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 11(1), 23–26.
<https://doi.org/10.32546/lq.v11i1.1342>
- Rosita, R., Yanti, Y., & Rachpriliani, A. (2023). Pengaruh tingkat pendapatan, kesadaran wajib pajak, penegasan sanksi pajak, dan layanan E-Samsat terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor (studi kasus pada wajib pajak kendaraan bermotor di Kantor Samsat Karawang). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 2095–2112. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.7361>
- Roudlotul, J. A., Dewi, W. P., Parwoto, P., & Najma, A. M. (2024). The influence of taxpayer knowledge, tax sanctions, and taxpayer awareness on taxpayer compliance: Service quality as a moderating variable. *SHS Web of Conferences*, 201, 01012.
<https://doi.org/10.1051/shsconf/202420101012>
- Saputri, B. E., & Bahtiar, M. D. (2025). Pengaruh Literasi Perpajakan dan Tax Morale terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Madiun. *Journal Social Society*, 5(2), 1255–1272. <https://doi.org/10.54065/jss.5.2.2025.882>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-5). Alfabeta.
- Suryadi, A., Rahmat, N., PurboJati, N., Sunarsih, U., & Mais, R. G. (2025). The influence of E-Samsat implementation, taxpayer awareness, and income levels on compliance with

- motor vehicle tax payments. *Journal of Accounting, Management, and Economics Research (JAMER)*, 3(2), 63–71. <https://doi.org/10.33476/jamer.v3i2.203>
- Suyanto, & Putri, I. S. (2017). Pengaruh persepsi wajib pajak tentang kebijakan tax amnesty (pengampunan pajak) dan motivasi membayar pajak terhadap kepatuhan perpajakan. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.24964/ja.v5i1.256>
- Tambun, S., & Ananda, N. A. (2022). Pengaruh kewajiban moral dan digitalisasi layanan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak dengan nasionalisme sebagai pemoderasi. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3158–3168. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.999>
- Tambun, S., Sitorus, R. R., & Pramudya, T. A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model dan digital taxation terhadap kepatuhan wajib pajak dengan pemahaman internet sebagai variabel moderating. *Balance Vocation Accounting Journal*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.31000/bvaj.v4i1.2699>