

## PERSEPSI WAJIB PAJAK TERHADAP *TAX AMNESTY*

**Mujiono; Suharyono**

Program Studi Akuntansi Keuangan Publik – Jurusan Administrasi Niaga  
Politeknik Negeri Bengkalis

Jl. Bathin Alam Sungai Alam Sungai Alam - Bengkalis - Riau Kode Pos 28711  
Telp. (0766) 7008877 Fax. (0766) 8001000

Email: mujiono2476.polbeng@gmail.com, suharyono@polbeng.ac.id

**Abstract:** *In Indonesia, various problems occur such as a high practice of tax avoidance, tax evasion, the morality of taxation, administrative requirements, trust institutions, implementation capacity and lower tax payments. The objective of this study to analyze and obtain empirical evidence, as well as examine whether the experience have significant effect on the name, quality and sacrifice, then to test whether the name, quality and sacrifice have a significant effect on the perception of the taxpayer. The total sample consisted of 100 taxpayers both corporate taxpayers and individual. The results of this study prove that the experience have an impact on the name, quality and sacrifice. But the name, quality and sacrifice have not an impact on the perception of the taxpayer.*

**Keywords:** *Tax, amnesty, name, quality, sacrifice.*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Di Indonesia penyelenggaraan perpajakan tidak dikelola dan diatur dengan baik. Akibatnya timbul berbagai masalah seperti tingginya praktek penghindaran pajak (*tax avoidance*), penggelapan pajak (*tax evasion*), moralitas perpajakan, kelengkapan administrasi, kepercayaan lembaga, kapasitas implementasi dan rendahnya pembayaran pajak.

Masalah-masalah yang berkaitan dengan persepsi wajib pajak, telah menjadi fokus banyak peneliti, khususnya dalam domain akuntansi perpajakan. Penelitian-penelitian tersebut antara lain dilakukan oleh Kartawan dan Kusmayadi (2002), tentang pengaruh persepsi wajib pajak badan mengenai undang-undang pajak penghasilan terhadap pelaksanaan sistem *self assessment* pada BUMS dan BUMD kantor pelayanan pajak Tasikmalaya. Temuan menunjukkan bahwa persepsi wajib pajak badan BUMS dan BUMD mengenai undang-undang pajak pengha-

silan berpengaruh secara bersama-sama terhadap terbentuknya persepsi wajib pajak dan tidak mempunyai perbedaan yang nyata.

Suparyadi (2002) terdapat 4 faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu: *name, store, quality, dan sacrifice*. (1) *name*, merupakan identitas kebijakan Dirjen Pajak yaitu *sunset policy*, (2) *store*, merupakan penampilan yang terdapat pada objek wisata itu, (3) *quality*, merupakan kualitas kebijakan yang ditawarkan kepada subjek pajak, untuk diperhatikan, diperoleh, dimanfaatkan, antara lain berupa fasilitas *sunset policy*, sarana dan prasarana serta pelayanan yang tersedia, dan (4) *sacrifice*, merupakan pengorbanan yang diberikan kepada wajib pajak baik berupa waktu, tenaga, maupun biaya yang dikeluarkan dalam memanfaatkan fasilitas *sunset policy*. Penelitian ini membangun variabel independen dan variabel dependen, yaitu *name, quality, dan sacrifice* dari pendapat Menroe and

Crewel (1994) dan pendapat Krech et. al. (dalam Sugiharto, 2001:19) sebagai variabel intervening yaitu pengalaman, baik pengalaman masa lalu dan pengalaman pribadi.

Ritsema et al. (2003) menunjukkan bahwa program *tax amnesty* yang dilakukan di Amerika Serikat berdampak positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dan pendapatan negara. Sehingga dengan berhasilnya penerapan kebijakan tersebut di Amerika Serikat, Indonesia mengadopsi kebijakan tersebut dengan nama yang sama pada tahun 1984. Kemudian pada tahun 2008, nama *tax amnesty* berubah menjadi *sunset policy*.

Temuan Alm and Beck (1990, 1991) and Andreoni (1991) dalam Luitel dan Sobel (2005) menunjukkan bahwa *tax amnesty* yang diterapkan di berbagai negara mempunyai perspektif yang berbeda dan menunjukkan bahwa *tax amnesty* berpengaruh positif terhadap wajib pajak, khususnya jika setiap individu membayar pajak. Temuan Andreoni (1991) dalam Luitel dan Sobel yang menguji tentang antisipasi dan cara menghindari *tax evasion*, dalam temuannya menunjukkan bahwa *tax amnesty* dapat meningkatkan penerimaan pajak, karena menurunnya *tax evasion* di masyarakat.

Fisher, et al. (1989), Joulfaian (1988) and Christian, Gupta and Young (2002) dalam Luitel and Sobel (2005) menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil wajib pajak yang menghindar dari pajak yang jumlah besar untuk jangka panjang. Temuan Luitel and Sobel (2005) menunjukkan bahwa *tax amnesty* tidak berpengaruh signifikan, karena seringnya program itu dijalankan pada tahun-tahun sebelumnya, sehingga minat wajib pajak dengan adanya *tax amnesty* berkurang. Suka-ratha, et al. (2008) menunjukkan bahwa

kualitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengalaman.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

Penelitian Alm and Beck (1990, 1991) and Andreoni (1991) dalam Luitel dan Sobel (2005) menunjukkan bahwa *tax amnesty* yang diterapkan diberbagai negara mempunyai perspektif yang berbeda dan menunjukkan bahwa *tax amnesty* berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dan meningkatkan pungutan pajak, karena setiap individu membayar pajak. Penelitian Andreoni (1991) dalam Luitel dan Sobel (2005) yang menguji tentang antisipasi dan cara menghindari *tax evasion*, dalam temuannya menunjukkan bahwa *tax amnesty* dapat meningkatkan penerimaan pajak, karena menurunnya *tax evasion* di masyarakat.

Penelitian Ritsema, et al. (2003) menyatakan bahwa *tax amnesty* berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak dan pendapatan negara. Penelitian tersebut dilakukan di Amerika Serikat dengan menggunakan data dari pemerintah pusat dan survei dari wajib pajak. Selama 47 tahun, Amerika Serikat sudah melaksanakan program *tax amnesty* 23 kali. Hal ini mengindikasikan bahwa di satu sisi pelaksanaan *tax amnesty* mengalami kegagalan, sehingga perlu dilaksanakan ulang. Di sisi lain *tax amnesty* berhasil meningkatkan penerimaan, sehingga perlu dilaksanakan ulang guna meningkatkan penerimaan negara.

Fisher, et al. (1989), Joulfaian (1988) and Christian, Gupta and Young (2002) dalam Luitel and Sobel (2005) menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil wajib pajak yang menghindar dari pajak yang jumlah besar dalam jangka panjang. Penelitian Bremer and Morgan (2004) menunjukkan bahwa *tax amnesty* yang dilaksanakan di

Amerika Serikat berpengaruh signifikan. Di Illionis program *tax amnesty* dapat meningkatkan penerimaan negara \$500 miliar. Penelitian Luitel and Sobel (2005) menunjukkan bahwa *tax amnesty* tidak berpengaruh signifikan, karena seringkali program itu dijalankan pada tahun-tahun sebelumnya.

Tahun 1984 Indonesia pernah melakukan program pengampunan pajak (*tax amnesty*). Berdasarkan insentif perpajakan tersebut dapat dilihat dari dua sisi, di satu sisi wajib pajak lama yang sudah pernah memanfaatkan kebijakan akan mempunyai persepsi yang positif, jika kebijakan itu memberikan pelayanan yang baik dan sebaliknya. Di sisi lain, wajib pajak yang belum pernah memanfaatkan kebijakan tersebut, akan mempunyai persepsi negatif atau positif. Penelitian Sukaratha, et al. (2008) menunjukkan bahwa pengalaman dan disiplin tidak terbukti signifikan mempengaruhi kemampuan mandor dalam menerapkan manajemen kualitas.

Untachai and Mizerski dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *name* berpengaruh positif terhadap persepsi. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan sektor ritel di Thailand mempunyai reputasi yang baik di mata konsumen, sehingga dapat menciptakan persepsi yang positif. Persepsi ini akan berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi di Thailand. Hasil penelitian yang berlawanan dengan yang tersebut di atas antara lain Raharjo (1997). Mereka tidak menemukan hubungan antara *name* dan persepsi wajib pajak. *Name* tidak berpengaruh terhadap kualitas persepsi. Hal ini menunjukkan bahwa *name* yang bagus belum tentu menarik wajib pajak untuk memanfaatkan kebijakan tersebut, tetapi yang lebih penting adalah kualitas, fasilitas, dan biaya.

Penelitian Fitriana (2007) menunjukkan hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya yaitu bahwa tidak ada hubungan antara persepsi Wajib Pajak terhadap kualitas pelayanan KPP dalam menagih dan melunasi pajak terutang. Penelitian tersebut dilakukan di KPP di Surabaya. Kalau persepsi wajib pajak terhadap tindakan fiskus dalam menagih, hal ini menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan KPP tersebut. Raharjo (1997) menemukan hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya tentang persepsi, bahwa kualitas yang baik belum tentu menghasilkan persepsi yang baik pula di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas tidak mutlak menjadi faktor penentu dalam suatu kebijakan.

### Persepsi

Persepsi menurut Kamus Bahasa Indonesia (1995) adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Cravens (1997) mendefinisikan persepsi sebagai proses bagi individu untuk memilih, mengorganisir dan menginterpretasikan stimuli ke dalam gambaran yang mempunyai arti dan masuk akal sehingga dapat dimengerti.

Raharjo (1997) dan Suparyadi (2002) dalam penelitiannya tentang persepsi menemukan bahwa dengan pengorbanan (*sacrifice*) yang tinggi, maka nilai yang di dapat oleh Wajib Pajak akan tinggi pula. Tetapi adapula dengan pengorbanan sekecil mungkin tapi nilai akhir meyakinkan. Arifianto (2005) menemukan bahwa adanya kenaikan harga atau biaya berpengaruh signifikan terhadap pelayanan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya kenaikan variabel harga yang dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa *shipping*.

### ***Tax Amnesty***

*Tax amnesty* adalah program pengampunan yang diberikan oleh Pemerintah kepada wajib pajak meliputi penghapusan pajak terutang, penghapusan sanksi administrasi perpajakan serta penghapusan sanksi pidana di bidang perpajakan atas harta yang diperoleh pada tahun 2015 dan sebelumnya yang belum dilaporkan dalam SPT, dengan cara melunasi seluruh tunggakan pajak yang dimiliki dan membayar uang tebusan. *Tax amnesty* berlaku sejak disahkan hingga 31 Maret 2017.

Kebijakan *tax amnesty* adalah terobosan kebijakan yang didorong oleh semakin kecilnya kemungkinan untuk menyembunyikan kekayaan di luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia karena semakin transparannya sektor keuangan global dan meningkatnya intensitas pertukaran informasi antarnegara. Kebijakan *tax amnesty* juga tidak akan diberikan secara berkala. Setidaknya, hingga beberapa puluh tahun ke depan, kebijakan *tax amnesty* tidak akan diberikan lagi.

Kebijakan *tax amnesty*, dalam penjelasan umum Undang-Undang Pengampunan Pajak, hendak diikuti dengan kebijakan lain seperti penegakan hukum yang lebih tegas dan penyempurnaan Undang-Undang tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Undang-Undang tentang Pajak Penghasilan, Undang-Undang tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, serta kebijakan strategis lain di bidang perpajakan dan perbankan sehingga membuat ketidakpatuhan Wajib Pajak akan tergerus di kemudian hari melalui basis data kuat yang dihasilkan oleh pelaksanaan Undang-Undang ini.

Ikut serta dalam *tax amnesty* juga membantu Pemerintah mempercepat pertumbuhan dan restrukturisasi ekonomi melalui pengalihan harta, yang

antara lain akan berdampak terhadap peningkatan likuiditas domestik, perbaikan nilai tukar rupiah, penurunan suku bunga, dan peningkatan investasi merupakan bagian dari reformasi perpajakan menuju sistem perpajakan yang lebih berkeadilan serta perluasan basis data perpajakan yang lebih valid, komprehensif, dan terintegrasi; serta meningkatkan penerimaan pajak, yang antara lain akan digunakan untuk pembiayaan pembangunan.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak yang berada di wilayah Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Sampel dalam penelitian ini terdiri atas 100 wajib pajak.

#### **Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas 3 variabel. Pengalaman sebagai variabel *independent*. *Name*, *quality*, dan *sacrifice* sebagai variabel *intervening*. Persepsi sebagai variabel *dependent*.

#### **Model yang Digunakan**

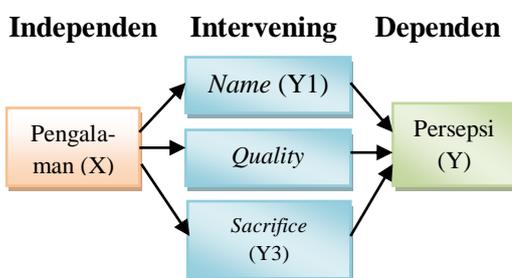
Variabel independen dalam studi ini adalah pengalaman. Kamus Bahasa Indonesia (1995) pengalaman adalah sesuatu yang pernah dialami (dijalani) dan dirasakan.

Variabel Intervening dalam penelitian ini adalah *name*, *quality*, dan *sacrifice*. *Name* yang dimaksud dalam studi ini adalah identitas kebijakan pajak Direktorat Jenderal Pajak yaitu *tax amnesty*. *Quality* yang dimaksud dalam studi ini adalah kualitas kebijakan yang ditawarkan kepada subjek pajak untuk diperhatikan, diperoleh, atau dimanfaatkan seperti berupa fasilitas, sarana dan prasarana serta pelayanan yang tersedia. *Sacrifice* yang dimaksud dalam studi ini adalah pe-

ngorbanan yang diberikan kepada wajib pajak baik berupa waktu, tenaga, maupun biaya yang dikeluarkan dalam menikmati fasilitas *tax amnesty*.

Variabel dependen dalam studi ini adalah persepsi. Persepsi adalah gambaran menyeluruh tentang nilai *tax amnesty* yang meliputi pengalaman, *name*, *quality*, dan *sacrifice* yang dimiliki wajib pajak.

Untuk lebih menjelaskan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini, maka digambarkan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.1 Model Penelitian

### Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuisioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS (*statistical package for social science*) versi 22. Pengolahan data menggunakan alat uji *regression*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas akan menentukan apakah data penelitian dapat dianalisis dengan menggunakan statistik parametrik atau nonparametrik.

Dalam penelitian ini, uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas data adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov

No	Variabel	Hasil Tes (Sign)	Ket.
1	Pengalaman	5,5%	Normal
2	<i>Name</i>	8,8%	Normal
3	<i>Quality</i>	6,2%	Normal
4	<i>Sacrifice</i>	6,5%	Normal
5	Persepsi	5,1%	Normal

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil tes normalitas variabel pengalaman, *name*, *quality*, *sacrifice* dan persepsi berdistribusi normal karena nilai sign lebih besar dari 5%. Dengan demikian, pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan uji non-parametrik *regression*.

### Pengaruh Pengalaman Terhadap *Name*

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,544, sedangkan nilai t tabel adalah 1,984 (d.f = 99, signifikansi 5%), maka diketahui bahwa koefisien regresi yang mengukur pengaruh pengalaman terhadap *name* dinyatakan signifikan. Hal ini disebabkan nilai t hitung  $\geq$  nilai t tabel atau nilai p yaitu  $0,001 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa pengalaman berpengaruh signifikan terhadap *name*. Artinya, wajib pajak yang mempunyai pengalaman masa lampau tentang kebijakan perpajakan yang sama atau serupa, maka pengalaman itu digunakan sebagai pembandingan dengan kebijakan sekarang dan sekaligus sebagai modal untuk mengambil keputusan tersebut.

Temuan studi ini konsisten dengan temuan Luitel and Sobel (2005), Ritsema et.al. (2003), Bremen and Morgan (2004) tentang *tax amnesty*

yang diterapkan di Amerika Serikat, Argentina, France, India, Ireland, Venezuela, Panama, Argentina, dan Italy. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan *tax amnesty* dapat mengu-

rangi ketidakpatuhan pembayar pajak, meningkatkan pembayar pajak, dan menurunkan tingkat kriminalitas perpajakan.

**Tabel 2. Output Uji t Pengaruh Pengalaman Terhadap Name**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.390	2.443		4.254	.000
Pengalaman	.429	.121	.337	3.544	.001

a. Dependent Variable: Name

### Pengaruh Pengalaman Terhadap Quality

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,733, sedangkan nilai t tabel adalah 1,984 (d.f = 99, signifikansi 5%), maka diketahui bahwa koefisien regresi yang mengukur pengaruh pengalaman terhadap *quality* dinyatakan signifikan. Hal ini disebabkan nilai t hi-

tung  $\geq$  nilai t tabel atau nilai p yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengalaman berpengaruh signifikan terhadap *quality*. Artinya, tersimpannya kesan yang mendalam tentang kualitas kebijakan masa lalu oleh wajib pajak, akan berdampak pada pemanfaatan kebijakan saat ini.

**Tabel 3. Output Uji t Pengaruh Pengalaman Terhadap Quality**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.024	2.421		4.141	.000
Pengalaman	.447	.120	.353	3.733	.000

a. Dependent Variable: Quality

### Pengaruh Pengalaman Terhadap Sacrifice

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,047, sedangkan nilai t tabel adalah 1,98 (d.f = 99, signifikansi 5%), maka diketahui bahwa koefisien regresi yang mengukur pengaruh pengalaman terhadap *sacrifice* dinyatakan signifikan. Hal ini disebabkan nilai t hitung  $\geq$

nilai t tabel atau nilai p yaitu  $0,043 < 0,05$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengalaman berpengaruh signifikan terhadap *sacrifice*. Artinya, semakin tinggi pengalaman wajib pajak dalam memanfaatkan suatu kebijakan yang sama, maka wajib pajak akan semakin selektif dalam memilih kebijakan tersebut.

**Tabel 4. Output Uji t Pengaruh Pengalaman Terhadap Sacrifice**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.587	2.664		9.229	.000
Pengalaman	-.270	.132	-.202	-2.047	.043

a. Dependent Variable: Sacrifice



**Pengaruh Name Terhadap Persepsi**

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,03, sedangkan nilai t tabel adalah 1,984 (d.f= 99, signifikansi 5%), maka diketahui bahwa koefisien regresi yang mengukur pengaruh *name* terhadap persepsi dinyatakan tidak signifikan. Hal ini disebabkan nilai t hitung  $\leq$  nilai t tabel atau nilai p yaitu  $0,976 >$

0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *name* tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi. Artinya, semakin logo, nama dan arti slogan yang terkandung dalam *tax amnesty*, tak mampu menarik perhatian wajib pajak untuk memanfaatkan *tax amnesty*.

**Tabel 5. Output Uji t Pengaruh Name Terhadap Persepsi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.053	1.565		12.816	.000
Name	.002	.081	.003	.030	.976

a. Dependent Variable: Persepsi

**Pengaruh Quality Terhadap Persepsi**

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,244, sedangkan nilai t tabel adalah 1,984 (d.f= 99, signifikansi 5%), maka diketahui bahwa koefisien regresi yang mengukur pengaruh *quality* terhadap persepsi dinyatakan tidak signifikan. Hal ini disebabkan nilai t hitung  $\leq$  nilai t tabel atau nilai p yaitu  $0,807 >$  0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi. Artinya kualitas kebijakan yang ditawarkan da-

lam *tax amnesty*, tak mampu menarik perhatian wajib pajak untuk memanfaatkan *tax amnesty*.

Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian Fitriana (2007) tentang persepsi wajib pajak terhadap kualitas pelayanan Kantor Pelayanan Pajak dalam menagih dan melunasi pajak terutang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas yang baik belum tentu menghasilkan persepsi yang baik pula dimasyarakat.

**Tabel 6. Output Uji t Pengaruh Quality Terhadap Persepsi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.721	1.570		12.564	.000
Quality	.020	.082	.025	.244	.807

a. Dependent Variable: Persepsi

**Pengaruh Sacrifice Terhadap Persepsi**

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,763, sedangkan nilai t tabel adalah 1,984 (d.f=99, signifikansi 5%), maka diketahui bahwa koefisien regresi yang mengukur pengaruh *sacrifice* terhadap persepsi dinyatakan tidak signifikan. Hal ini disebabkan nilai t hitung  $\leq$  nilai t tabel atau nilai p yaitu  $0,447 >$

0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *sacrifice* tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi. Penjelasan yang dapat dikemukakan dari hasil penelitian ini adalah ada anggapan lamanya waktu tempuh, jarak dari rumah ke Kantor Pelayanan Pajak dan biaya perjalanan tidak menjadi fokus

perhatian wajib pajak. Dalam praktiknya wajib pajak merespon *tax amnesty* tanpa mempertimbangkan faktor

biaya yang berhubungan dengan pengorbanan waktu, tenaga dan biaya.

**Tabel 7. Output Uji t Pengaruh *Sacrifice* Terhadap Persepsi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.233	1.503		14.123	.000
Sacrifice	-.059	.077	-.077	-.763	.447

a. Dependent Variable: Persepsi

### KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa dan memperoleh bukti empiris, serta menguji apakah pengalaman berpengaruh signifikan terhadap *name*, *quality* dan *sacrifice*. Penelitian ini juga menguji apakah *name*, *quality* dan *sacrifice* berpengaruh signifikan terhadap *persepsi wajib pajak*.

Hasil penelitian ini adalah bahwa pengalaman berpengaruh terhadap *name*, *quality* dan *sacrifice*. Namun *name*, *quality* dan *sacrifice* tidak berpengaruh terhadap persepsi wajib pajak. Untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat membedakan antara wajib pajak badan dengan wajib pajak orang pribadi, menambah sampel penelitian dan melakukan uji F.

### DAFTAR PUSTAKA

Arifianto, Tommy. 2005. Analisis Faktor Harga, Pelayanan, dan Pengalaman Kerja Terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Shipping Agent di Surabaya. *Thesis*. Magister Manajemen UNTAG. Surabaya.

Bremen, A. Jason and Morgan, S. Belinda. 2004. States Adopt a Profitable 'Carrot and Stick' Approach to Tax Amnesty. *Journal of Multistate Taxation and Incentives*, Jul 2004, pp. 1-7.

Cravens, D.W, 1996. *Pemasaran Strategi*. Edisi Keempat-Jilid1, Erlangga, Ciracas-Jakarta.

Fitriana, Ika Yuni. 2007. Perbedaan Persepsi Wajib Pajak Kantor Pelayanan Pajak X Terhadap Tindakan Penagihan Dalam Pelunasan Pajak Terutang. Skripsi Fakultas Ekonomi, UNAIR Surabaya.

Kartawan dan Kusmayadi, Dedi, 2002. Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Badan Mengenai Undang-undang Pajak Penghasilan terhadap Pelaksanaan Sistem Self Assessment pada BUMS dan BUMD Kantor Pelayanan Pajak Tasikmalaya, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* No. 2 Jilid 7.

Luitel, S. Hary and Sobel, S. Russell. 2005. The Revenue Impact Of Repeated Tax Amnesties. *Working Paper*. <http://www.papers.ssrn.com>, di download tanggal 14 Maret 2009, pp 1-37.

Menroe, Store Wa. B. Dodds Kent and Crewel, Dhruv. 1994. Effect Product Evaluation" Brand of Marketing Reseach. pp. 358

Peraturan Menteri Keuangan No. 118/PMK.03/2016 tentang Pelaksanaan Undang-undang No. 11 Tahun

2016 tentang Pengampunan Pajak.

Ritsema, Christina and Thomas, Deborah and Ferrier, Gary. 2003. Economic and behavioral Determinants of tax compliance: Evidence from the 1997 Arkansas tax penalty amnesty program.

Presented at the 2003 IRS Research Conference. Working Paper, <http://www.papers.ssrn.com> di download tanggal 14 Maret 2009, pp 1-27

Sukaratha, Gde dan Yansen, I Wayan dan Diputra, I Gde Astawa. 2008. Analisis Kinerja Mandor dalam Menerapkan Manajemen Kualitas pada Proyek Pembangunan Nusa Dua Golf Resort

Kawasan BTDC-Nusa Dua, Bali, Jurnal Ilmiah Teknik Sipil Vol. 12 No. 1.

Suparyadi, 2002. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi dan Dampaknya terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Alam di Kabupaten Kediri, Jurnal Ekuitas Vol. 6 No. 1.

Untachai, Subchat and Mizerski, Katherine. *An Examination of Customers' Perceived Quality-Value Model for the Thai Retail Sector*. UdonThani Rajabhat University and Edith Cowan University.

Undang-undang No. 11 Tahun 2016 tentang Pengampunan Pajak.