



PENGARUH *TAX AWARENESS*, *TAX MORALE*, DAN *PEER GROUP* TERHADAP *TAX COMPLIANCE* WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DENGAN INTENTION TO COMPLY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Aishwarya Shafa Zahirah¹⁾, Dwi Suhartini²⁾

^{1,2)} Jurusan Akuntansi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

^{1,2)} aishwaryashafa01@gmail.com, dwisuhartini.ak@upnjatim.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received:

September 5, 2025

Revised

September 28, 2025

Accepted:

October 9, 2025

Online available:

October 18, 2025

Keywords:

Tax Awareness, Tax Morale, Peer Group, Intention to Comply, Tax Compliance

*Correspondence:

Name: Aishwarya Shafa Zahirah

E-mail:

aishwaryashafa01@gmail.com

Editorial Office

Ambon State Polytechnic

Center for Research and

Community Service

Ir. M. Putuhena Street, Wailela-

Rumahtiga, Ambon

Maluku, Indonesia

Postal Code: 97234

ABSTRACT

Introduction: This research aims to investigate the many variables influencing tax compliance among individual taxpayers at KPP Pratama Surabaya Rungkut. It will examine the importance of tax awareness, tax morale, and the impact of peer groups, emphasizing the desire to comply as a mediating variable.

Methods: This study employed a quantitative methodology, gathering primary data through questionnaires distributed in both online and offline formats to a sample of 100 individual taxpayers registered at KPP Pratama Surabaya Rungkut. Data analysis utilized Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Results: The results show that being more conscious of taxes and having a strong sense of tax morality both make people more likely to comply, which in turn has a big effect on how well they really do. Simultaneously, peer groups seem to exert little influence on the desire to comply or on actual tax compliance. An in-depth analysis reveals that the desire to comply serves as a mediator in the relationship between tax knowledge and tax compliance (complete mediation) as well as in the relationship between tax morale and tax compliance (partial mediation). The results support the Theory of Planned Behavior, emphasizing that intention serves as a key predictor of actual behavior. This research suggests that enhancing internal motivation via tax education and the development of moral values may be an effective strategy to increase tax compliance among individual taxpayers in metropolitan areas like Surabaya.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan populasi ke-empat terbesar di dunia. Statistik BPS menunjukkan bahwa populasi Indonesia mencapai 281.603.800 pada tahun 2024. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 2.907,6 jiwa dibandingkan tahun 2023. Kebutuhan terkait pembangunan nasional di berbagai sektor, seperti infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan juga akan meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi di Indonesia. Untuk mencapai pembangunan nasional tersebut, pemerintah memerlukan pendanaan yang cukup besar. Pendapatan pajak merupakan bagian besar dari pendapatan negara, dan dari tahun 2022 hingga 2024, pajak menjadi sumber pendapatan terbesar bagi negara. Di Indonesia, pajak penghasilan (PPh) merupakan sumber utama pendapatan pajak. Ini merupakan pembayaran wajib yang harus dilakukan oleh masyarakat berdasarkan jumlah penghasilan yang diperoleh dalam tahun pajak. Tujuannya adalah untuk membantu baik negara maupun masyarakat Indonesia (Annisa Febrianda et al., 2024). Kontribusi Pajak Penghasilan, khususnya yang berasal dari Wajib Pajak Orang Pribadi (WP OP) sangat penting dalam mendukung pendanaan berbagai program pembangunan dan pelayanan publik di Indonesia.

Walaupun pajak penghasilan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam penerimaan pajak, tingkat kepatuhan pelaporan SPT Tahunan WP OP secara nasional justru mengalami penurunan. DJP menetapkan target yang tinggi dalam melaporkan SPT untuk tahun 2025, yaitu sebesar 16,21 juta WP. Meskipun target ditingkatkan, persentase kepatuhan untuk tahun pajak 2024 menurun secara signifikan, menjadi 81,92% dari semua wajib pajak. Untuk tahun pajak 2024, terdapat 9,67 juta formulir pajak penghasilan tahunan yang diajukan. Angka ini terdiri dari 275.900 pengajuan pajak badan dan 9,4 juta pengembalian pajak individu. Fenomena penurunan kepatuhan tersebut juga terjadi di kota Surabaya, khususnya pada KPP Pratama Surabaya Rungkut yang wilayah kerjanya mencakup area dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat dan beragam jenis usaha, salah satunya pada kawasan Sier atau Rungkut Industri. Selain itu, KPP Pratama Surabaya Rungkut mencakup kecamatan Rungkut, Gunung Anyar, dan Tenggiling Mejoyo yang merupakan kawasan padat penduduk.

Kepatuhan pajak merupakan faktor penting yang memengaruhi seberapa baik pajak dikumpulkan. Kepatuhan pajak berarti wajib pajak mampu dan bersedia mematuhi aturan negara mereka (Mardlo, 2023). Konsep perilaku yang direncanakan menjelaskan perilaku kepatuhan wajib pajak, dengan asumsi bahwa tindakan individu dipengaruhi oleh keinginan untuk melakukan aktivitas tersebut. Tiga hal utama yang memengaruhi keputusan seseorang untuk bertindak adalah sikap mereka terhadap aktivitas tersebut, norma subjektif, dan kendali perilaku yang dirasakan.

Aspek utama yang dapat memengaruhi apakah orang mematuhi aturan pajak adalah seberapa baik mereka memahami tanggung jawab pajak mereka. *Tax awareness* adalah tingkat pengetahuan yang dimiliki wajib pajak tentang cara mematuhi aturan pajak dengan benar (Rahmayanti et al., 2020). Wajib pajak yang mempunyai tingkat kesadaran tinggi cenderung memahami kewajiban dalam membayar pajak, mengetahui batas waktu, serta memiliki persepsi bahwa pajak yang dibayarkan akan berkontribusi pada kesejahteraan negara. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Widiastri & Agustin Fadjaranie (2024) dan Nguyen et al. (2024) menunjukkan bahwa mengetahui lebih banyak tentang tanggung jawab pajak membuat orang jauh lebih mungkin untuk mematuhi peraturan pajak.

Moril pajak sama pentingnya dengan pengetahuan pajak dalam hal bagaimana orang berperilaku saat mengikuti undang-undang pajak. Moril pajak adalah insentif intrinsik, terutama keyakinan atau kesediaan moral wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajak mereka (Brink & Porcano, 2016). Ketika wajib pajak tidak memiliki moril pajak yang tinggi, mereka mungkin memiliki banyak alasan untuk menghindari pembayaran pajak, baik dengan cara legal maupun kriminal (Nurlela et al., 2021). Taing & Chang (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa wajib pajak yang mempunyai tingkat moral yang tinggi, maka niat untuk melakukan perilaku kepatuhan pajak menjadi lebih tinggi. Selain itu, Lhoka & Sukartha (2020) juga menjelaskan bahwa individu yang memiliki moral perpajakan yang baik dalam mematuhi peraturan perpajakan tidak akan banyak mengalami kendala dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Selain faktor internal, kepatuhan wajib pajak juga dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal, termasuk dari lingkungan sosial. Menurut LaMothe & Bobek (2020) dalam Kurnia & Khomsiyah (2023) menjelaskan *peer influence* (pengaruh teman sebaya) merupakan ketika teman, rekan bisnis, atau pasangan seseorang memberikan tekanan yang cukup besar kepada mereka. *Peer* atau *reference groups* merujuk pada kelompok sosial di mana individu berinteraksi dan berbagi nilai dan perilaku tertentu, termasuk dalam hal kepatuhan pajak. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial dapat mendorong kepatuhan pajak. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sritharan &

Salawati (2019) menunjukkan terdapat pengaruh *referral group* terhadap perilaku wajib pajak. Ketika sebagian besar anggota kelompok mematuhi sistem perpajakan, kemungkinan besar individu dalam kelompok tersebut akan memiliki tingkat kepatuhan pajak yang lebih besar.

Berdasarkan penjelasan tersebut, terlihat bahwa hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *tax morale* dan *peer group* terhadap *tax compliance* masih menciptakan hasil yang beragam dan tidak konsisten. Beberapa penelitian menyatakan terdapat hubungan yang tidak signifikan antara beberapa variabel tersebut dengan kepatuhan pajak. Hal tersebut mengindikasikan bahwa terdapat mekanisme lain yang memediasi hubungan tersebut, seperti niat untuk mematuhi pajak (*intention to comply*). Penelitian oleh Hayat et al. (2022) menunjukkan bahwa *intention to comply* menjadi variabel yang relevan untuk diperhatikan. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, niat merupakan prediktor langsung dari perilaku aktual. Seorang individu akan bertindak untuk mematuhi kewajiban perpajakannya, jika individu tersebut memiliki niat yang kuat untuk melakukannya. Kesiediaan wajib pajak untuk membayar pajak menunjukkan komitmen pribadi mereka dalam memenuhi kewajiban pajak.

Hampir seluruh studi telah mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak, namun penelitian yang secara spesifik menyoroti peran *peer group* dalam konteks kepatuhan pajak masih sangat terbatas, terutama di Indonesia. Sebagian besar studi sebelumnya lebih banyak dilakukan di luar negeri, seperti Malaysia dan Romania, sehingga hasilnya belum tentu sepenuhnya mencerminkan kondisi wajib pajak di Indonesia. Selain itu, penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada aspek *tax awareness*, *tax morale*, dan *tax fairness* tanpa mempertimbangkan *peer group* sebagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Untuk mencapai hasil penelitian yang lebih akurat dan terkini, peneliti berusaha untuk menganalisis lebih lanjut variabel kesadaran pajak, moral pajak, keadilan pajak, dan penambahan variabel *peer group* dalam kaitannya dengan kepatuhan wajib pajak, menggunakan data yang mewakili kondisi terkini. Studi ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *peer group* terhadap kepatuhan wajib pajak, khususnya fokus pada wajib pajak di Surabaya. Studi ini berfokus pada wajib pajak individu yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Rungkut.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Theory of planned behavior menjelaskan bagaimana elemen psikologis yang berbeda dapat memengaruhi keinginan individu untuk melakukan sesuatu. Menurut Ajzen (1991) terdapat tiga faktor yang membentuk perilaku individu, yaitu *subjective norms*, *attitude toward the behavior*, dan *perceived behavioral control*. *Attitude toward the behavioral* merujuk pada evaluasi individu terhadap suatu tindakan, apakah tindakan tersebut dipandang sebagai sesuatu yang positif atau negatif. *Subjective norms* mengacu pada tekanan sosial yang dialami individu yang memengaruhi keputusan mereka untuk terlibat atau menahan diri dari perilaku tertentu. Kontrol perilaku yang dirasakan merujuk pada keyakinan individu mengenai kemampuan mereka untuk mengubah perilaku mereka sendiri.

Hypotheses Development

Tax Awareness. Kesadaran pajak berkaitan dengan *attitude toward the behavior* dalam kerangka TPB. Ketika individu memiliki tingkat kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya pajak, maka semakin besar kemungkinan individu akan menilai kepatuhan pajak sebagai perilaku yang bernilai positif. Hal tersebut akan memperkuat niat atau *intention* individu untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Penelitian Hayat et al. (2022) menyatakan bahwa kesadaran pajak secara positif signifikan berpengaruh terhadap niat untuk mematuhi peraturan dan ketentuan perpajakan. Hasil ini menyatakan bahwa mereka yang mempunyai wawasan yang baik tentang pajak lebih cenderung melihat kepatuhan sebagai hal yang baik dan penting untuk dilakukan, sehingga akan muncul keinginan yang lebih kuat untuk patuh terhadap kewajiban perpajakannya.

H1 = *Tax awareness* berpengaruh positif terhadap *intention to comply*

Tax Morale. Moral pajak dikaitkan dengan *subjective norms* dalam TPB. Dengan kata lain, semakin kuat tekanan sosial dan nilai-nilai yang mendukung kepatuhan pajak, maka semakin tinggi tingkat *tax morale* seseorang, yang pada akhirnya dapat mendorong terbentuknya niat untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan (*intention to*

comply). Penelitian Taing & Chang (2021) menunjukkan bahwa memiliki sikap positif terhadap pajak membuat orang lebih cenderung untuk membayarnya. Artinya, mereka yang memiliki rasa moralitas pajak yang kuat lebih akan memiliki intensi yang lebih besar untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Intensi ini kemudian menjadi dasar terbentuknya niat untuk mematuhi kewajiban perpajakannya.

H2 = *Tax morale* berpengaruh positif terhadap *intention to comply*

Peer Group. Pengaruh kelompok sebaya dapat dikategorikan sebagai bagian dari *subjective norms*, dalam kerangka TPB. Studi oleh Sritharan & Salawati (2019) menyatakan bahwa *referral group* atau *peer group* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kepatuhan pajak. Dukungan dan tekanan sosial yang bersumber dari *peer group* berpotensi menciptakan standar perilaku yang menjadi acuan dalam membentuk niat untuk patuh.

H3 = *Peer group* berpengaruh positif *intention to comply*

Intention to Comply dan Tax Compliance

Theory of planned behavior menjelaskan niat (*intention*) dianggap sebagai prediktor utama dari suatu perilaku. sebelum seseorang melakukan tindakan nyata, seperti membayar pajak, mereka terlebih dahulu membentuk niat yang kuat untuk melakukannya. Penelitian oleh Hayat et al. (2022) mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa keinginan untuk membayar pajak merupakan faktor kunci dalam perilaku wajib pajak saat membayar pajak. Wajib pajak menunjukkan komitmen yang kuat untuk memenuhi kewajiban pajak mereka dengan mengambil langkah-langkah sengaja untuk melakukannya dengan baik keinginan maupun tanggung jawab.

H4 = *Intention to comply* berpengaruh positif *intention to comply*

Intention To Comply dalam memediasi hubungan Tax Awareness terhadap Tax Compliance

Wajib pajak yang memiliki tingkat kesadaran pajak yang baik akan lebih memahami manfaat pajak bagi pembangunan negara serta konsekuensi jika tidak patuh. Kesadaran ini menumbuhkan *intention to comply* atau niat untuk mematuhi aturan, karena mereka menyadari pentingnya pajak sebagai kontribusi bagi kepentingan bersama. Niat tersebut kemudian menjadi faktor penentu yang mendorong perilaku nyata berupa kepatuhan dalam membayar pajak. Studi oleh Fadhilatunisa et al. (2024) menyatakan bahwa *tax awareness* secara positif dapat memengaruhi *tax compliance* melalui mediasi *intention to comply*.

H5 = *Tax Awareness* berpengaruh positif terhadap *Tax Compliance* melalui *Intention to Comply*

Intention To Comply dalam memediasi hubungan Tax Morale terhadap Tax Compliance

Wajib pajak dengan moral pajak yang tinggi cenderung memiliki kesadaran internal bahwa membayar pajak adalah kewajiban moral yang harus dilaksanakan. Hal ini menumbuhkan *intention to comply* karena mereka tidak hanya taat akibat adanya sanksi, tetapi juga karena dorongan moral pribadi. Niat untuk patuh tersebut kemudian berperan penting dalam membentuk perilaku nyata berupa kepatuhan pajak. Penelitian Fitria et al. (2024) menunjukkan bahwa *intention to comply* dapat berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan *tax morale* dan *tax compliance*.

H6 = *Tax Morale* berpengaruh positif terhadap *Tax Compliance* melalui *Intention to Comply*

Intention To Comply dalam memediasi hubungan Peer Group terhadap Tax Compliance

Peer group memiliki peran penting dalam membentuk perilaku individu melalui pengaruh sosial dan norma yang berlaku dalam lingkungan tersebut. Apabila mayoritas anggota kelompok menunjukkan kepatuhan terhadap kewajiban pajak, individu cenderung terdorong untuk menyesuaikan diri dengan perilaku tersebut. Berdasarkan *theory of planned behavior* (Ajzen, 1991), norma subjektif yang berasal dari lingkungan sosial dapat memengaruhi pembentukan *intention to comply* atau niat untuk patuh. Niat ini kemudian menjadi faktor penentu yang mendorong perilaku nyata berupa kepatuhan pajak.

H7 = *Peer Group* berpengaruh positif terhadap *Tax Compliance* melalui *Intention to Comply*

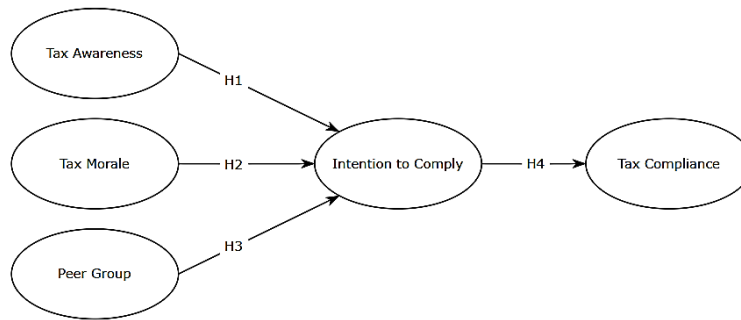


Figure 1. Kerangka Pemikiran
Source: Data Olahan (2025)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif berdasarkan sumber data primer. Data dikumpulkan menggunakan dua metode distribusi kuesioner: pertama, dengan mengunjungi lokasi penelitian secara langsung, dan kedua, dengan menggunakan *platform Google Forms* untuk penyebaran online. Sampel penelitian ditetapkan menggunakan *accidental sampling*, dengan menggunakan teknik *Slovin* untuk menentukan ukuran sampel yang diperlukan, menghasilkan 100 responden yang tercatat sebagai minimum wajib pajak individu di KPP Pratama Surabaya Rungkut. Kuesioner penelitian berisi 25 pernyataan terkait faktor-faktor yang diteliti dalam studi ini. Seluruh data yang dikumpulkan akan diproses menggunakan *PLS-SEM* yang melewati beberapa uji, yaitu uji kualitas data, model struktural, uji hipotesis.

HASIL DAN ANALISIS

Convergent Validity

Menurut Hair et al. (2021), *convergent validity* digunakan untuk mengukur validitas suatu indikator berdasarkan nilai *loading factor* terhadap konstruknya. Indikator diuji dengan batas nilai hasilnya $\geq 0,5$ sehingga dapat dikatakan hasil reliabilitas memenuhi syarat *convergent validity*.

Table 1

Hasil Perhitungan Nilai *Outer Loading*

Variabel	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
<i>Tax Awareness</i> (X1)	X1. 1	0.804	Valid
	X1. 2	0.855	Valid
	X1. 3	0.831	Valid
	X1. 4	0.730	Valid
	X1. 5	0.756	Valid
<i>Tax Morale</i> (X2)	X2. 1	0.833	Valid
	X2. 2	0.842	Valid
	X2. 3	0.869	Valid
	X2. 4	0.786	Valid
	X2. 5	0.847	Valid
<i>Peer Group</i> (X3)	X3. 1	0.766	Valid
	X3. 2	0.965	Valid
	X3. 3	0.941	Valid
<i>Intention to Comply</i> (Z)	Z. 1	0.869	Valid
	Z. 2	0.768	Valid
	Z. 3	0.887	Valid
	Z. 4	0.831	Valid
<i>Tax Compliance</i> (Y)	Y. 1	0.846	Valid
	Y. 2	0.865	Valid
	Y. 3	0.915	Valid
	Y. 4	0.810	Valid

Source: Data Olahan (2025)

Sesuai dengan hasil *output outer loading* pada table 1, seluruh item dalam konstruk *Tax Awareness* (X1), *Tax Morale* (X2), *Peer Group* (X3), *Intention to Comply* (Z), dan *Tax Compliance* (Y) menunjukkan nilai *outer loading* diatas 0,5, yang berarti valid dalam mengukur konstruk masing-masing. Dengan demikian, secara umum model ini telah memenuhi syarat *convergent validity*.

Discriminant Validity

Kriteria *Fornell-Larcker* menunjukkan validitas diskriminan yang kuat ketika akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) suatu konstruk melebihi korelasinya dengan variabel laten lainnya.

Table 2
Hasil Perhitungan Nilai *Fornell-Lacker*

	Z	X3	X1	Y	X2
<i>Intention to Comply (Z)</i>	0.840				
<i>Peer Group (X3)</i>	0.192	0.895			
<i>Tax Awareness (X1)</i>	0.623	0.298	0.796		
<i>Tax Compliance (Y)</i>	0.691	0.225	0.659	0.860	
<i>Tax Morale (X2)</i>	0.665	0.259	0.738	0.710	0.836

Source: Data Olahan (2025)

Table 3
Hasil Perhitungan *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	AVE
<i>Tax Awareness (X1)</i>	0.634
<i>Tax Morale (X2)</i>	0.699
<i>Peer Group (X3)</i>	0.801
<i>Intention to Comply (Z)</i>	0.706
<i>Tax Compliance (Y)</i>	0.739

Source: Data Olahan (2025)

Tabel 3 menunjukkan bahwa setiap nilai AVE > 0,50. Hal ini mempunyai arti setiap konsep memiliki validitas konvergen yang tinggi. Maka diambil kesimpulan bahwa setiap konstruksi dalam model tersebut sah.

Composite Reliability

Composite reliability mengukur konsistensi internal suatu konstruk. Nilai reliabilitas komposit > 0,70 dianggap dapat diterima, menandakan bahwa indikator variabel secara konsisten mengukur konstruk tersebut (Hair et al., 2021).

Table 4
Hasil Perhitungan *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
<i>Tax Awareness (X1)</i>	0.896
<i>Tax Morale (X2)</i>	0.921
<i>Peer Group (X3)</i>	0.923
<i>Intention to Comply (Z)</i>	0.905
<i>Tax Compliance (Y)</i>	0.919

Source: Data Olahan (2025)

Tabel 4 menunjukkan bahwa semua konstruk dalam model penelitian memiliki nilai reliabilitas komposit melebihi 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel yang dianalisis dalam studi ini memenuhi kriteria reliabilitas.

Evaluasi Structural Model (Inner Model)

Uji Path Coefficient

Koefisien jalur menggambarkan besar dan arah hubungan di antara variabel laten. Nilai mendekati -1 menandakan hubungan negatif yang kuat, sedangkan nilai mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat (Hair et al., 2021).

Table 5
Hasil Uji *Path Coefficient*

	X1	X2	X3	Z	Y
X1				0.325	0.167
X2				0.452	0.328
X3				0.011	0.000
Z					0.359
Y					

Source: Data Olahan (2025)

Berdasarkan table 5, *tax awareness* (X1) dan *tax morale* (X2) memiliki hubungan yang positif terhadap *intention to comply* (Z). Sedangkan *peer group* (X3) terhadap *intention to comply* (Z) memiliki hubungan positif namun sangat kecil. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh dari *Peer group* hampir tidak memiliki pengaruh terhadap niat kepatuhan pajak.

Selanjutnya, *tax awareness* (X1), *tax morale* (X2), dan *intention to comply* (Y) memiliki hubungan yang positif terhadap *tax compliance* (Y). Sedangkan *peer group* (X3) terhadap *tax compliance* (Y) tidak memiliki hubungan.

Coefficients of Determination (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur proporsi varians pada variabel endogen yang dijelaskan oleh variabel prediktor dalam model (Hair et al., 2021).

Table 6
Hasil Pengukuran *R-Square* (R^2)

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<i>Intention to Comply</i> (Z)	0.491	0.477
<i>Tax Compliance</i> (Y)	0.610	0.597

Source: Data Olahan (2025)

Berdasarkan table 6, nilai *R-square* untuk variabel *Intention to Comply* (Z) adalah 0,491. Artinya, kemampuan variabel *Tax Awareness* (X1), *Tax Morale* (X2), dan *Peer Group* (X3) dalam menjelaskan *Intention to Comply* (Z) adalah sebesar 49%. Maka dapat disimpulkan model dianggap lemah. Sedangkan nilai *R-square* untuk variabel *Tax Compliance* (Y) sejumlah 0,610. Artinya, kemampuan variabel *Tax Awareness* (X1), *Tax Morale* (X2), dan *Peer Group* (X3) melalui variabel *Intention to Comply* (Z) dalam menjelaskan *Tax Compliance* (Y) adalah sebesar 61%. Maka dapat disimpulkan model dianggap moderat atau sedang.

Effect Size (f^2)

Ukuran efek adalah cara untuk mengukur seberapa besar perubahan nilai R^2 dari variabel endogen. Nilai f^2 sebesar 0,02 untuk ukuran kecil; 0,15 untuk ukuran sedang; dan 0,35 untuk ukuran besar (Hair et al., 2021).

Table 7
Hasil Pengujian *Effect Size* (f^2)

	X1	X2	X3	Z	Y
X1				0.088	0.028
X2				0.182	0.106
X3				0.000	0.000
Z					0.168
Y					

Source: Data Olahan (2025)

Tabel 7 menunjukkan bahwa *Tax Morale* (X2) memiliki pengaruh terbesar terhadap *Intention to Comply*. *F-square* senilai 0,182 menunjukkan bahwa pengaruhnya sedang hingga moderat. Selanjutnya, variabel *Intention to Comply* (Z) juga memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap *Tax Compliance* (Y) dengan *f-square* senilai 0,168, yang dikategorikan sebagai efek sedang. Variabel *Tax Awareness* (X1) memiliki pengaruh moderat terhadap *Intention to Comply*, seperti yang ditunjukkan oleh *f-square* senilai 0,088. Variabel ini juga memiliki pengaruh kecil terhadap *Tax Compliance*, dengan *f-square* senilai 0,028. Sedangkan, variabel *Peer Group* (X3) memiliki pengaruh

yang sangat rendah terhadap kedua variabel dependen, yaitu *Intention to Comply* dengan *f-square* senilai 0,000 dan *Tax Compliance* dengan *f-square* senilai 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh teman sebaya tidak memberikan dampak yang signifikan dalam model ini.

Uji Hipotesis

Table 8
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	<i>Original Sample (O)</i>	<i>p-value</i>	Keterangan
H1	$X1 \rightarrow Z$	0.325	0.006	Signifikan
H2	$X2 \rightarrow Z$	0.452	0.000	Signifikan
H3	$X3 \rightarrow Z$	0.011	0.870	Tidak Signifikan
H4	$Z \rightarrow Y$	0.359	0.000	Signifikan
	$X1 \rightarrow Y$	0.167	0.066	Tidak Signifikan
	$X2 \rightarrow Y$	0.328	0.000	Signifikan
	$X3 \rightarrow Y$	0.000	0.996	Tidak Signifikan
H5	$X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$	0.117	0.022	Signifikan
H6	$X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$	0.162	0.002	Signifikan
H7	$X3 \rightarrow Z \rightarrow Y$	0.004	0.870	Tidak Signifikan

Note: *Tax Awareness (X1)*, *Tax Morale (X2)*, *Peer Group (X3)*, *Intention to Comply (Z)*, dan *Tax Compliance (Y)*

Source: Data Olahan (2025)

Temuan dalam Tabel 8 menunjukkan bahwa *Tax Awareness (X1)* memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,325 terhadap *Intention to Comply (Z)*, dengan *p-value* 0,006, melebihi ambang signifikansi 0,05. Oleh karena itu, H1 diterima, artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara *tax awareness* dan *Intention to Comply*. Pengaruh *Tax Morale (X2)* terhadap *Intention to Comply (Z)* menunjukkan nilai koefisien positif sebesar 0,452 dan *p-value* senilai 0,000, < 0,05. Oleh karena itu, H2 diterima, yang berarti terdapat hubungan yang kuat dan positif antara *Tax Morale* dan *Intention to Comply*. *Peer Group (X3)* memperoleh nilai koefisien 0,011 dengan *p-value* 0,870, > 0,05. Hasil menunjukkan bahwa *peer group* tidak memiliki pengaruh besar terhadap *Intention to Comply*, sehingga H3 tidak benar. Akhirnya, koefisien positif senilai 0,359 dan *p-value* 0,000, < 0,05, menunjukkan bahwa *Intention to Comply (Z)* memiliki pengaruh terhadap *Tax Compliance (Y)*. Oleh karena itu, H4 diterima, menunjukkan adanya hubungan positif dan kuat antara *Intention to Comply* dan Kepatuhan Pajak.

Selanjutnya untuk hipotesis H5 ($X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$), nilai *p-value indirect effect* sebesar 0,022. Hal menunjukkan bahwa *Tax Awareness (X1)* secara signifikan memengaruhi *Tax Compliance (Y)* melalui *Intention to Comply (Z)*. Mediasi yang terjadi adalah *full mediation*. Selain itu, H6 ($X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$), memiliki nilai 0,002 yang menunjukkan bahwa *Tax Morale (X2)* secara signifikan memengaruhi *Tax Compliance (Y)* melalui *Intention to Comply (Z)*, di mana mediasi yang terjadi adalah *partial mediation*. Sedangkan H7 ($X3 \rightarrow Z \rightarrow Y$) memiliki nilai koefisien sebesar 0,870 yang melebihi ambang signifikansi 0,05. Hal tersebut menandakan bahwa *Peer Group (X3)* terhadap *Tax Compliance (Y)* melalui *Intention to Comply (Z)* terbukti tidak memediasi hubungan tersebut.

Discussion

Penelitian ini menganalisis insentif kepatuhan dan tingkat kepatuhan pajak di kalangan wajib pajak individu yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Rungkut. Hasil penelitian ini mendukung klaim bahwa peningkatan kesadaran pajak meningkatkan niat untuk mematuhi peraturan dan ketentuan perpajakan. Selain itu, temuan penelitian ini sejalan dengan studi Hayat et al. (2022), yang menyatakan kesadaran pajak secara signifikan mempengaruhi niat untuk mematuhi peraturan dan persyaratan perpajakan. Penelitian Rahmayanti et al. (2020) dan Dewi Widiasri & Agustin Fadjarenie (2024) juga menyatakan bahwa ketika individu memiliki *tax awareness* yang tinggi, maka semakin besar keinginan untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan *tax awareness* merupakan langkah strategis yang dapat mendorong terbentuknya niat untuk patuh di kalangan wajib pajak, khususnya di kota Surabaya. Oleh karena itu, instansi perpajakan seperti DJP dan KPP perlu memperkuat program edukasi dan sosialisasi terkait perpajakan yang bersifat informatif, persuasif, serta komunikatif. Dengan demikian, wajib pajak dapat membentuk sikap positif yang mendorong munculnya niat patuh secara internal dan konsisten.

Selain itu, tingkat *tax morale* sangat penting dalam meningkatkan niat untuk mematuhi peraturan perpajakan. Studi ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya *tax morale* dalam membentuk niat kepatuhan. Taing & Chang (2021) menegaskan bahwa *tax morale* merupakan faktor kunci yang mempengaruhi niat kepatuhan pajak. Penelitian dari Kamarudin et al. (2024) dan Lhoka & Sukartha (2020) juga menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Tax morale* individu, maka semakin besar kemungkinann individu mematuhi kewajiban perpajakannya. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pembangunan moral merupakan faktor penting dalam meningkatkan niat kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, pemerintah serta instansi perpajakan perlu mendorong pembentukan nilai-nilai moral dan etika perpajakan sejak dini, baik secara formal maupun non formal. Ketika nilai-nilai moral telah tertanam secara internal, maka akan terbentuk dorongan pada niat individu untuk patuh.

Selanjutnya, penelitian ini tidak menemukan hubungan yang signifikan antara *peer group* dan *intention to comply*. Hasil ini mengindikasikan bahwa pengaruh dari lingkungan sosial atau *Peer group* tidak berperan secara langsung dalam membentuk niat wajib pajak untuk mematuhi kewajiban perpajakan. Hal tersebut dapat disebabkan karena responden tidak memiliki lingkungan sosial yang aktif dalam membicarakan atau mencontohkan kepatuhan pajak, sehingga tidak terdapat tekanan sosial yang cukup kuat untuk membentuk niat. Selain itu, dapat disebabkan karena merasa kepatuhan pajak merupakan isu yang bersifat pribadi dan sensitif, sehingga interaksi sosial mengenai pajak tidak terlalu terbuka atau tidak menjadi pembahasan umum di kalangan *peer group*. Temuan oleh Trifan et al. (2023) menemukan bahwa *referral group* atau *peer group* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku kepatuhan pajak, yang berarti bahwa pendapat atau tindakan orang lain tidak memaksa orang untuk mematuhi aturan pajak.

Hasil analisis mendukung bahwa *intention to comply* secara signifikan meningkatkan *tax compliance*. Temuan ini menunjukkan bahwa niat untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan secara signifikan memengaruhi perilaku kepatuhan pajak wajib pajak. Studi ini sejalan dengan temuan oleh Hayat et al. (2022) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara niat untuk mematuhi aturan dan perilaku aktual dalam mematuhi aturan. Niat merupakan indikator yang valid untuk memprediksi apakah seseorang akan bertindak sesuai dengan norma atau tidak. Hasil ini memberikan implikasi bahwa pembentukan niat kepatuhan merupakan langkah strategis yang perlu menjadi fokus dalam upaya peningkatan kepatuhan pajak. Instansi perpajakan dapat merancang program yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu membentuk sikap positif, memperkuat norma sosial, dan meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Dengan menanamkan komitmen internal terhadap kepatuhan, perilaku nyata dalam bentuk pelaporan dan pembayaran pajak akan lebih mudah tercapai dan berlangsung secara konsisten.

Pada hasil pengujian *indirect effect*, penelitian menunjukkan bahwa *intention to comply* berhasil memediasi hubungan antara *tax awareness* dengan *tax compliance*. Penelitian menunjukkan adanya *full mediation*, di mana *tax awareness* terbukti tidak berpengaruh langsung terhadap *tax compliance*, namun berpengaruh secara tidak langsung melalui *intention to comply*. Studi ini sejalan dengan temuan oleh Fadhilatunisa et al. (2024) yang menunjukkan bahwa *tax awareness* secara positif dapat memengaruhi *tax compliance* melalui mediasi *intention to comply*. Penelitian ini menunjukkan bahwa wajib pajak yang sadar pentingnya pajak baru akan benar-benar patuh apabila kesadaran tersebut telah terinternalisasi dalam bentuk niat. *Intention to Comply* sebagai faktor perantara memainkan peran krusial dalam mengubah kesadaran menjadi perilaku kepatuhan yang nyata. Selanjutnya, penelitian ini juga menemukan bahwa *intention to comply* berhasil memediasi hubungan antara *tax morale* dengan *tax compliance*, di mana mediasi yang terjadi adalah *partial mediation*. Hal ini terjadi karena moral pajak tidak hanya mendorong terbentuknya niat, tetapi juga berperan langsung dalam memengaruhi perilaku kepatuhan. Individu dengan tingkat moral pajak yang tinggi menganggap kepatuhan sebagai tanggung jawab moral dan kewajiban etis, baik secara pribadi maupun sosial. Hasil ini sejalan dengan hasil studi dari Fitria et al. (2024) yang menunjukkan adanya *partial mediation* dalam hubungan antara *tax morale* dan *tax compliance* melalui *intention to comply*. Sementara itu, *peer group* tidak menunjukkan pengaruh signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang berarti tidak terjadi mediasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menjelaskan pengaruh *tax awareness*, *tax morale*, dan *peer group* terhadap *tax compliance* dengan *intention to comply* sebagai variable mediasi pada Wajib Pajak Orang

Pribadi di kota Surabaya, khususnya KPP Pratama Surabaya Rungkut. Temuan menunjukkan bahwa *tax awareness* dan *tax morale* secara signifikan meningkatkan niat untuk patuh terhadap kewajiban perpajakan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap tingkat kepatuhan aktual. Hal ini memperkuat pentingnya strategi peningkatan edukasi, sosialisasi, serta penanaman nilai moral perpajakan sebagai langkah fundamental untuk membentuk komitmen internal wajib pajak. Sebaliknya, *peer group* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat patuh, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial belum cukup kuat memotivasi kepatuhan. Kurangnya pembicaraan mengenai pajak dalam lingkungan social dapat menjadi faktor penyebabnya. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior*, di mana niat menjadi mediasi penting antara faktor-faktor psikologis dan perilaku aktual. Oleh karena itu, instansi perpajakan diharapkan lebih menekankan pendekatan strategis berbasis pembentukan niat dan kesadaran internal dalam merancang kebijakan peningkatan kepatuhan pajak.

REFERENCES

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Annisa Febrianda, Rania Atikah Putri, Siti Nurhaliza, & Dini Vientiany. (2024). Subjek dan Objek Pajak Penghasilan. *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(4), 291–300. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i4.743>
- Dewi Widiastri, & Agustin Fadjaranie. (2024). THE EFFECT OF TAX EDUCATION, TAX AWARENESS AND TAX MORALITY ON TAX COMPLIANCE OF INDIVIDUAL TAXPAYERS. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 190–196. <https://doi.org/10.36713/epri16379>
- Fadhilatunisa, D., Naila, A., & Azisah, Q. (2024). *Enhancing Tax Compliance Intentions : Analyzing the Influence of Awareness , Attention , and Persuasion Among Future Taxpayers*. 5(1), 165–177.
- Fitria, G. N., Murwaningsari, E., & Mulyani, S. D. (2024). DOES TAX COMPLIANCE INTENTION MEDIATE THE DETERMINANT OF TAX COMPLIANCE ? EVIDENCE FROM INDONESIA. 1–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n6-056>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- Hayat, N., Salameh, A. A., Mamun, A. Al, Helmi Ali, M., & Makhbul, Z. K. M. (2022). Tax Compliance Behavior Among Malaysian Taxpayers: A Dual-stage PLS-SEM and ANN Analysis. *Sage Open*, 12(3). <https://doi.org/10.1177/21582440221127190>
- Kamarudin, S. N., Azman, A. F., Rasit, Z. A., & Nasir, N. E. M. (2024). Factors Influencing Tax Compliance From The Perspective Of Young Workers: Evidence From Malaysia. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, 19(1). <https://doi.org/10.24191/APMAJ.V19i1-06>
- Kurnia, E., & Khomsiyah, K. (2023). UNDERSTANDING GEN Z TAX COMPLIANCE BEHAVIOUR. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 25(2), 351–366. <https://doi.org/10.34208/jba.v25i2.2181>
- Lhoka, N. L. P. D. P., & Sukartha, I. M. (2020). Pengaruh E-SPT, Sanksi, Sosialisasi, Pengetahuan Perpajakan, dan Moralitas pada Kepatuhan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(7), 1699. <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i07.p07>
- Nguyen, T. T. L., Mac, Y. T. H., Cuong, T. T., & Nguyen, M. T. H. (2024). The Impact of Tax Awareness on Tax Compliance: Evidence from Vietnam. *Journal of Tax Reform*, 10(2), 214–227. <https://doi.org/10.15826/jtr.2024.10.2.165>
- Nurlela, I., Kurniawan, A., & Umiyati, I. (2021). THE EFFECT OF AWARENESS, MORALITY, TAX CULTURE, AND DISTRIBUTIVE JUSTICE ON THE TAXPAYER COMPLIANCE. *ACCRUALS (Accounting Research Journal of Sutaatmadja)*, 5(01), 112–129. <https://doi.org/10.35310/accruals.v5i01.699>
- Rahmayanti, N. P., Sutrisno T., S., & Prihatiningtias, Y. W. (2020). Effect of tax penalties, tax audit, and taxpayers awareness on corporate taxpayers' compliance moderated by compliance intentions. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 9(2), 118–124. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i2.633>
- Sritharan, N., & Salawati, S. (2019). Examining the Moderating Effect of Tax Knowledge on the Relationship between Individual Factors and Income Tax Compliance Behaviour in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9(3). <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v9-i3/6355>
- Taing, H. B., & Chang, Y. (2021). Determinants of Tax Compliance Intention: Focus on the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Public Administration*, 44(1), 62–73. <https://doi.org/10.1080/01900692.2020.1728313>
- Trifan, V. A., Szentesi, S. G., Cuc, L. D., & Pantea, M. F. (2023). Assessing Tax Compliance Behavior Among

Romanian Taxpayers: An Empirical Case Study. *Sage Open*, 13(3).
<https://doi.org/10.1177/21582440231195676>