



Pengaruh *Love of money*, *Machiavelliansm*, Pengetahuan Perpajakan, dan Moral Pajak terhadap Kepatuhan WPOP di Semarang

Adelia Asri Nugraeni*, & Ida Nurhayati

Program Studi Akuntansi, Universitas Stikubank Semarang, Jl. Kendeng No. 5, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia 50233.

Email Korespondensi: adeliaasrinugraeni@mhs.unisbank.ac.id

Abstrak

Rendahnya tingkat kepatuhan pajak di Indonesia, khususnya pada wajib pajak orang pribadi, sering kali dipengaruhi oleh faktor psikologis, kognitif, dan moral. Penelitian ini berupaya menelaah sejauh mana *love of money*, *machiavellianism*, pengetahuan perpajakan, dan moral pajak berperan dalam membentuk kepatuhan wajib pajak di Kota Semarang. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei melalui kuesioner tertutup kepada 138 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian telah melalui uji validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan untuk pengumpulan data. Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda serta uji kelayakan model menggunakan IBM SPSS versi 26. Hasil menunjukkan bahwa orientasi uang dan sifat machiavellian berpengaruh negatif signifikan terhadap kepatuhan, sedangkan pengetahuan perpajakan dan moral pajak berpengaruh positif signifikan. Model penelitian memiliki nilai *Adjusted R²* sebesar 0,834, yang berarti keempat variabel mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepatuhan, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa kepatuhan pajak tidak hanya ditentukan oleh regulasi formal, tetapi juga oleh aspek psikologis, pengetahuan, dan moralitas individu, sehingga strategi peningkatan kepatuhan perlu mengintegrasikan dimensi perilaku dan etika.

Kata kunci: *Love of Money*; *Machiavellianism*; Pengetahuan Perpajakan; Moral Pajak; Kepatuhan Wajib Pajak.

The Influence of Love of Money, Machiavellianism, Tax Knowledge, and Tax Morality on Compliance in Semarang

Abstract

Low levels of tax compliance among individual taxpayers in Indonesia, particularly in Semarang, are often influenced by psychological, cognitive, and moral factors. This study aims to examine the role of love of money, machiavellianism, tax knowledge, and tax morality in shaping taxpayer compliance. A quantitative approach was employed using a survey method with closed-ended questionnaires distributed to 138 respondents selected through purposive sampling. The research instrument was tested for validity and reliability to ensure its appropriateness for data collection. Data analysis was conducted using multiple linear regression and model feasibility tests with IBM SPSS version 26. The findings reveal that love of money and machiavellianism exert significant negative effects on compliance, while tax knowledge and tax morality demonstrate significant positive influences. The Adjusted *R²* value of 0.834 indicates that the four independent variables explain 83.4% of the variation in taxpayer compliance, with the remaining 16.6% influenced by other factors outside the model. The conclusion emphasizes that taxpayer compliance is not solely determined by formal regulations but is also shaped by psychological traits, knowledge, and moral values. Therefore, strategies to improve compliance should integrate behavioral and ethical dimensions alongside regulatory measures.

Keywords: *Love of Money*; *Machiavellianism*; Tax Knowledge; Tax Morality; Taxpayer Compliance.

How to Cite: Nugraeni, A. A., & Nurhayati, I. (2026). Pengaruh *Love of money*, *Machiavelliansm*, Pengetahuan Perpajakan, dan Moral Pajak terhadap Kepatuhan WPOP di Semarang. *Empiricism Journal*, 7(1), 114-124. <https://doi.org/10.36312/mcbft520>



<https://doi.org/10.36312/mcbft520>

Copyright© 2026, Nugraeni & Nurhayati

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



PENDAHULUAN

Pajak merupakan instrumen utama dalam menopang pembiayaan negara dan mendorong pembangunan nasional. Sebagai sumber penerimaan yang relatif stabil, pajak menentukan kapasitas pemerintah dalam menyediakan layanan publik, menjaga kesinambungan fiskal, dan menjalankan agenda pembangunan. Dalam konteks Indonesia, pemungutan pajak dilaksanakan melalui sistem *self-assessment*, yaitu sistem yang menempatkan wajib pajak sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk menghitung, membayar, dan melaporkan kewajiban perpajakannya sesuai ketentuan yang berlaku.

Dengan karakteristik tersebut, keberhasilan administrasi perpajakan tidak hanya ditentukan oleh kualitas regulasi dan infrastruktur pelayanan, tetapi juga oleh tingkat kesadaran, pemahaman, dan kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup kepatuhan formal dan material secara simultan, yakni kepatuhan dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) tepat waktu serta kepatuhan menghitung, membayar, dan melaporkan pajak secara benar sesuai peraturan perpajakan.

Namun demikian, kepatuhan wajib pajak orang pribadi (WPOP) masih menunjukkan dinamika yang belum stabil. Pada level institusi pelayanan, gejala fluktuasi kepatuhan masih terlihat meskipun modernisasi layanan terus diperluas. Di KPP Pratama Gayamsari Kota Semarang, misalnya, jumlah pelaporan SPT Tahunan menurun dari 33.101 pada tahun 2024 menjadi 31.855 hingga pertengahan tahun 2025, walaupun fasilitas digital seperti *e-Filing* dan *e-Form* telah tersedia untuk mempermudah pelaporan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa digitalisasi layanan memang menurunkan hambatan administratif dan meningkatkan kemudahan, tetapi belum cukup untuk menjamin meningkatnya kepatuhan. Dengan kata lain, perilaku kepatuhan tidak hanya dipengaruhi faktor teknis dan kemudahan prosedural, melainkan juga ditentukan oleh faktor non-teknis yang melekat pada individu, seperti orientasi nilai, kecenderungan kepribadian, pengetahuan, serta dimensi moral-etik yang membentuk keputusan untuk patuh atau tidak patuh.

Kerangka perilaku menjadi penting untuk menjelaskan fenomena tersebut, terutama karena WPOP sering menghadapi ruang diskresi dalam pencatatan penghasilan, penentuan biaya, serta kelengkapan dokumen pendukung. Dalam situasi demikian, kepatuhan dapat dipahami sebagai hasil keputusan yang melibatkan pertimbangan ekonomi, persepsi risiko, tekanan sosial, serta keyakinan moral. Ajzen (2020) melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa perilaku aktual didahului oleh niat (*intention*), sedangkan niat dipengaruhi oleh tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). TPB relevan dalam kajian perpajakan karena kepatuhan pajak merupakan perilaku yang menuntut keputusan sadar, proses evaluasi, serta kemampuan menjalankan prosedur tertentu. Oleh karena itu, menjelaskan kepatuhan WPOP memerlukan pemetaan faktor-faktor internal yang memengaruhi sikap, norma, dan kontrol perilaku dalam konteks perpajakan.

Sejumlah faktor internal yang sering dikaitkan dengan kepatuhan pajak meliputi *love of money*, *machiavellianism*, pengetahuan perpajakan, dan moral pajak. *Love of money* menggambarkan orientasi individu terhadap uang sebagai tujuan utama, yang berpotensi menggeser prioritas dari kewajiban sosial menuju kepentingan pribadi. Orientasi ini dapat membentuk sikap negatif terhadap pajak karena pajak dipersepsikan sebagai pengurang kesejahteraan, sehingga memicu rasionalisasi penghindaran atau pelaporan yang tidak akurat. Selanjutnya, *machiavellianism* mencerminkan kecenderungan manipulatif dan oportunistik dalam mencapai tujuan, termasuk kecenderungan memanfaatkan celah aturan serta menyesuaikan perilaku berdasarkan peluang dan risiko. Dalam konteks perpajakan, individu dengan sifat ini berpotensi lebih toleran terhadap perilaku tidak patuh, terutama ketika pengawasan dipersepsikan lemah atau sanksi dianggap dapat dihindari.

Di sisi lain, pengetahuan perpajakan merepresentasikan tingkat pemahaman wajib pajak terhadap aturan, prosedur pelaporan, serta konsekuensi perpajakan. Dalam TPB, aspek ini selaras dengan *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan individu bahwa ia memiliki kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu. Wajib pajak yang memahami ketentuan dan prosedur cenderung lebih mampu memenuhi kewajiban formal dan material. Namun, dalam praktiknya, pengetahuan tidak selalu berujung pada kepatuhan; pada kondisi tertentu, pemahaman yang lebih baik justru dapat membuka peluang untuk melakukan *tax avoidance* melalui pemanfaatan celah ketentuan. Karena itu, hubungan pengetahuan perpajakan dan kepatuhan perlu diuji bersamaan dengan faktor nilai dan moral. Moral pajak, sebagai norma internal, mencerminkan dorongan intrinsik untuk patuh karena pajak dipandang sebagai kewajiban warga negara dan bentuk kontribusi bagi kepentingan kolektif. Moral pajak yang kuat dapat menekan dorongan oportunistik dan mendorong kepatuhan, bahkan ketika pengawasan eksternal terbatas.

Meskipun literatur telah menguji faktor-faktor tersebut, hasil empiris yang tersedia masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Sesini & Lozza (2023) serta Nugraha & Umaimah (2023) menemukan bahwa *love of money* menurunkan perilaku etis, sementara Julianti

(2025) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Pada variabel *machiavellianism*, Pertiwi & Aulia (2021) melaporkan pengaruh negatif, tetapi Mahendra dan Umaimah (2024) tidak menemukan hubungan yang berarti. Pengetahuan perpajakan sering dihubungkan dengan peningkatan kepatuhan (Soda et al., 2021; Hufrona, 2024), namun Basiroh dan Sari (2024) melaporkan temuan yang berbeda. Moral pajak juga umumnya diasumsikan memperkuat kepatuhan (Torgler & Schneider, 2020; Rifki, 2024), tetapi Julianti (2025) tidak menemukan pengaruh signifikan pada segmen wajib pajak UMKM. Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya *research gap* yang dapat berasal dari variasi segmen wajib pajak (misalnya WPOP vs UMKM), perbedaan indikator kepatuhan (formal saja, material saja, atau gabungan), serta perbedaan konteks kebijakan dan karakteristik wilayah penelitian.

Berdasarkan *gap* tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) berupa model integratif berbasis TPB yang menempatkan keempat variabel dalam pemetaan teoretis yang lebih eksplisit. Pertama, *love of money* dan *machiavellianism* diperlakukan sebagai orientasi nilai dan kecenderungan kepribadian yang memengaruhi sikap terhadap pajak serta justifikasi penghindaran, sehingga menjelaskan mengapa sebagian wajib pajak menilai kepatuhan sebagai beban. Kedua, pengetahuan perpajakan diposisikan sebagai *perceived behavioral control*, yaitu kapasitas dan keyakinan wajib pajak dalam memahami serta menjalankan kewajiban formal dan material secara tepat. Ketiga, moral pajak dipandang sebagai *internal norm* yang membentuk kewajiban intrinsik untuk patuh dan berfungsi sebagai faktor penyeimbang terhadap dorongan oportunistik. Dengan kerangka ini, penelitian diharapkan mampu menjelaskan ketidakkonsistenan temuan terdahulu sekaligus memperluas pemahaman tentang determinan perilaku kepatuhan pada segmen WPOP dengan definisi kepatuhan yang tegas (formal dan material).

Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh *love of money*, *machiavellianism*, pengetahuan perpajakan, dan moral pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kota Semarang. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada WPOP yang terdaftar di KPP Pratama Gayamsari, memiliki pekerjaan bebas atau usaha, serta minimal pernah melaporkan SPT Tahunan pada periode 2024–2025. Penelitian ini dikembangkan dari studi Ervilia & Amir (2023) melalui penambahan dua variabel baru dan perubahan lokasi penelitian dari Kabupaten Gunungkidul ke Kota Semarang. Perubahan konteks ini penting karena wilayah urban memiliki kompleksitas ekonomi yang lebih tinggi, pola interaksi layanan pajak yang berbeda, serta potensi heterogenitas perilaku yang lebih luas, sehingga dapat memperkaya pemahaman mengenai kepatuhan pajak.

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada penguatan kerangka TPB dalam konteks perpajakan dengan mengintegrasikan dimensi nilai (orientasi terhadap uang), kepribadian (kecenderungan manipulatif), kontrol perilaku (pengetahuan perpajakan), dan norma internal (moral pajak) untuk menjelaskan kepatuhan formal dan material. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan memberikan rekomendasi bagi otoritas pajak dalam merancang strategi peningkatan kepatuhan yang lebih komprehensif, tidak hanya melalui modernisasi layanan dan pengawasan, tetapi juga melalui pendekatan edukasi yang tepat sasaran, penguatan literasi perpajakan, serta program internalisasi moral pajak. Dengan demikian, intervensi kebijakan dapat diarahkan pada perubahan sikap dan norma, peningkatan kemampuan wajib pajak, serta penguatan motivasi intrinsik untuk patuh, sehingga mendukung peningkatan kepatuhan WPOP secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner tertutup. Tujuan utama penelitian ini adalah menguji hubungan kausal antara variabel independen, yaitu *love of money*, *machiavellianism*, pengetahuan perpajakan, dan moral pajak, terhadap variabel dependen berupa kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 26.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang diadaptasi dari literatur terdahulu. *Love of Money* (LoM) merupakan orientasi individu terhadap uang sebagai tujuan utama. Indikator mencakup sikap terhadap uang sebagai simbol kesuksesan, motivasi, dan kepuasan. *Machiavellianism* (M) adalah kecenderungan manipulatif dan oportunistik. Indikator mencakup sikap manipulatif, pengabaian etika, dan orientasi pada kepentingan

pribadi. Pengetahuan perpajakan (PP) yaitu pemahaman wajib pajak terhadap sistem dan regulasi perpajakan. Indikator mencakup pengetahuan tentang SPT, pembayaran pajak, dan hak serta kewajiban perpajakan. Moral pajak (MP) adalah motivasi intrinsik untuk patuh terhadap pajak. Indikator mencakup kejujuran, rasa tanggung jawab, dan kesadaran kontribusi pajak bagi masyarakat. Kepatuhan wajib pajak (Y) merupakan kepatuhan formal dan material, yaitu pelaporan SPT tepat waktu serta pembayaran pajak sesuai ketentuan. Pengukuran dilakukan dengan skala *Likert* lima poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju).

Populasi penelitian mencakup seluruh wajib pajak orang pribadi pemilik NPWP yang terdaftar di KPP Pratama Gayamsari, dengan jumlah 31.855 per Juni 2025. Penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 10% (Sugiyono, 2017, p.87), sehingga diperoleh 100 responden.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{31.855}{1 + 31.855 (0,1)^2} = 99,67 \approx 100$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel yang diambil

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan yang ditoleransi (*margin of error*), dalam hal ini sebesar 10% atau 0,1

Untuk meningkatkan reliabilitas, jumlah sampel ditetapkan sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria inklusi: (1) wajib pajak orang pribadi yang memiliki pekerjaan bebas atau usaha; (2) terdaftar resmi di KPP Pratama Gayamsari Semarang; (3) minimal pernah melaporkan SPT Tahunan pada periode 2024 – 2025. Responden direkrut melalui undangan resmi dan penyebaran kuesioner di lingkungan KPP. Pemilihan responden secara acak tanpa mempertimbangkan strata tertentu dalam populasi.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Validitas diuji menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dengan KMO dan *Bartlett's Test*, serta *factor loading* $\geq 0,50$. Reliabilitas diuji dengan *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria $\geq 0,70$. Prosedur pengisian kuesioner dilakukan secara anonim untuk menjaga kerahasiaan responden. Untuk meminimalkan bias social (*social desirability*), responden diberi penjelasan bahwa jawaban tidak akan memengaruhi status perpajakan mereka.

Tahap awal analisis dilakukan dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data. Selanjutnya dilakukan uji asumsi regresi, meliputi: (1) normalitas residu (*Kolmogorov-Smirnov / Shapiro-Wilk*); (2) multikolinieritas (VIF dan *Tolerance*); (3) heteroskedastisitas (uji *Glejser*); dan (4) linearitas (*ANOVA test of linearity*).

Model regresi diuji dengan uji F untuk menilai kelayakan model, serta koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk menilai proporsi variasi kepatuhan wajib pajak yang dapat dijelaskan oleh model. Uji t digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Untuk mengurangi risiko *common method bias* akibat penggunaan kuesioner Tunggal, dilakukan Langkah mitigasi berupa; (1) penyusunan item dengan variasi redaksi untuk mengurangi redundansi; (2) anonimitas responden; (3) uji *Harman's single factor* sebagai pemeriksaan statistik sederhana.

$$Y = a + \beta_1 LoM + \beta_2 M + \beta_3 PP + \beta_4 MP + e$$

dengan Y = kepatuhan wajib pajak, LoM = *love of money*, M = *machiavellianism*, PP = pengetahuan perpajakan, MP = moral pajak, β = koefisien regresi, dan e = *error*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menganalisis pengaruh *love of money*, *machiavellianism*, pengetahuan perpajakan, dan moral pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi (WPOP) di Kota Semarang, penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, diperlukan gambaran awal mengenai tingkat partisipasi responden dan kelayakan data yang digunakan. Oleh karena itu, rekapitulasi jumlah kuesioner yang disebarkan, dikembalikan, serta yang memenuhi syarat untuk dianalisis disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 1. Jumlah Responden yang Diolah

No	Keterangan	Jumlah
1	Kuesioner disebarkan	150
2	Kuesioner tidak kembali	0
3	Kuesioner tidak lengkap	12
4	Kuesioner diolah	138
Kuesioner rate		92%

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Responden

	F	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	71	51,4
Perempuan	67	48,6
Total	138	100,0
Usia		
< 20 Tahun	28	20,3
20-30 Tahun	31	22,5
31-40 Tahun	20	14,5
40-50 Tahun	33	23,9
> 50 Tahun	26	18,8
Total	138	100,0
Pendidikan Terakhir		
SMA	41	29,7
D3	33	23,9
S1	28	20,3
S2	36	26,1
Total	138	100,0
Pekerjaan		
Wirausaha	28	20,3
PNS	20	14,5
Swasta	23	16,7
Pedagang	30	21,7
Lainnya	37	26,8
Total	138	100

Tabel 1. Menunjukkan bahwa sebanyak 150 kuesioner disebarkan kepada wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Gayamsari Kota Semarang. Dari jumlah tersebut, 138 kuesioner kembali lengkap dan layak diolah, sehingga tingkat respons mencapai 92%. Karakteristik responden ditunjukkan pada Tabel 2, dengan distribusi *gender* relatif seimbang: 71 laki-laki (51,4%) dan 67 perempuan (48,6%). Berdasarkan usia, kelompok terbesar adalah 40–50 tahun (23,9%), diikuti 20–30 tahun (22,5%), di atas 50 tahun (18,8%), serta 31–40 tahun (14,5%). Tingkat pendidikan responden terdiri atas SMA (29,7%), D3 (23,9%), S1 (20,3%), dan S2 (26,1%). Dari sisi pekerjaan, responden mencakup wirausaha (20,3%), PNS (14,5%), pegawai swasta (16,7%), pedagang (21,7%), serta kategori lain (26,8%). Variasi ini menunjukkan bahwa sampel cukup representatif untuk menggambarkan kondisi wajib pajak orang pribadi di wilayah penelitian.

Analisis deskriptif pada Tabel 3. menunjukkan bahwa rata-rata skor variabel berada pada kategori rendah (Umar, 2005, pp.108–109). Nilai rata-rata *love of money* adalah 3,02, *machiavellianism* sebesar 3,08, pengetahuan perpajakan sebesar 3,01, moral pajak sebesar 3,00, dan kepatuhan wajib pajak sebesar 3,03. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap konstruk penelitian masih relatif rendah, sehingga perilaku kepatuhan pajak dipengaruhi oleh faktor psikologis, kognitif, dan moral yang belum optimal.

Tabel 3. Deskripsi Statistik Variabel

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
LOM1	138	1	5	3,01	1,404
LOM2	138	1	5	3,01	1,401
LOM3	138	1	5	3,04	1,403
LOM4	138	1	5	3,03	1,414
LOM5	138	1	5	3,01	1,417
MAC1	138	1	5	3,07	1,415
MAC2	138	1	5	3,06	1,413
MAC3	138	1	5	3,06	1,439
MAC4	138	1	5	3,14	1,420
MAC5	138	1	5	3,05	1,426
PP1	138	1	5	3,00	1,409
PP2	138	1	5	3,00	1,414
PP3	138	1	5	3,01	1,432
PP4	138	1	5	3,02	1,447
PP5	138	1	5	3,01	1,414
MP1	138	1	5	3,01	1,388
MP2	138	1	5	3,02	1,401
MP3	138	1	5	3,00	1,424
MP4	138	1	5	3,00	1,404
MP5	138	1	5	2,99	1,422
KWP1	138	1	5	3,03	1,439
KWP2	138	1	5	3,04	1,414
KWP3	138	1	5	3,04	1,421
KWP4	138	1	5	3,04	1,416
KWP5	138	1	5	3,02	1,422

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
LOM	0,968	> 0,7	Reliabel
MAC	0,951	> 0,7	Reliabel
PP	0,967	> 0,7	Reliabel
MP	0,951	> 0,7	Reliabel
KWP	0,979	> 0,7	Reliabel

Tabel 5. Uji Validitas KMO dan Bartlett's Test

Variabel	KMO	Indikator	Component Matrix	Keterangan
<i>Love of money</i>	0,918	LOM1	0,952	Valid
		LOM2	0,924	Valid
		LOM3	0,949	Valid
		LOM4	0,93	Valid
		LOM5	0,949	Valid
<i>Machiavellianism</i>	0,913	MAC1	0,91	Valid
		MAC2	0,893	Valid
		MAC3	0,912	Valid
		MAC4	0,934	Valid
		MAC5	0,922	Valid
Pengetahuan Pajak	0,923	PP1	0,941	Valid
		PP2	0,933	Valid

Variabel	KMO	Indikator	Component Matrix	Keterangan
Moral Pajak	0,906	PP3	0,947	Valid
		PP4	0,934	Valid
		PP5	0,943	Valid
		MP1	0,895	Valid
		MP2	0,926	Valid
		MP3	0,893	Valid
		MP4	0,932	Valid
		MP5	0,925	Valid
Kepatuhan Pajak	Wajib 0,906	KWP1	0,96	Valid
		KWP2	0,961	Valid
		KWP3	0,966	Valid
		KWP4	0,96	Valid
		KWP5	0,953	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,916 ^a	,839	,834	2,783	2,22

a. Predictors: (Constant), MP, LOM, MAC, PP

b. Dependent Variable: KWP

Tabel 7. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5355,279	4	1338,820	172,896	,000 ^b
	Residual	1029,888	133	7,744		
	Total	6385,167	137			

a. Dependent Variable: KWP

b. Predictors: (Constant), MP, LOM, MAC, PP

Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,834 pada Tabel 6. menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan 83,4% variasi kepatuhan wajib pajak, sementara 16,6% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Uji F pada Tabel 7. menghasilkan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga model regresi memenuhi syarat Goodness of Fit (Ghozali, 2018, pp.96–97). Analisis regresi pada Tabel 8. menunjukkan bahwa *love of money* ($\beta = -0,261$) dan *machiavellianism* ($\beta = -0,245$) berpengaruh negatif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Sebaliknya, pengetahuan perpajakan ($\beta = 0,409$) dan moral pajak ($\beta = 0,150$) berpengaruh positif signifikan. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian diterima.

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,523	,743		-2,050	,042		
	LOM	-,269	,057	-,261	-4,725	,000	,399	2,509
	MAC	-,257	,057	-,245	-4,504	,000	,410	2,442
	PP	,418	,078	,409	5,336	,000	,206	4,847
	MP	,159	,053	,150	2,991	,003	,481	2,080

a. Dependent Variable: KWP

Hasil regresi pada Tabel 8. menunjukkan bahwa *love of money* berpengaruh negatif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Mekanismenya dapat dijelaskan melalui *Theory of Planner Behavior* (Ajzen, 2020), di mana orientasi berlebihan terhadap uang membentuk sikap negatif terhadap pajak karena dipersepsikan sebagai bahan finansial. Individu dengan orientasi materialistic cenderung menjustifikasi penghindaran pajak sebagai cara mempertahankan kepentingan pribadi. menurunkan kepatuhan wajib pajak. Individu dengan orientasi materialistik cenderung mengutamakan kepentingan pribadi dan mengabaikan kewajiban fiskal.. Namun, berbeda dengan Julianti (2025) yang menyatakan pengaruhnya tidak signifikan. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh segmen wajib pajak yang diteliti; penelitian Julianti berfokus pada UMKM, sedangkan penelitian ini menargetkan WPOP sektor usaha di wilayah urban Semarang, yang memiliki orientasi finansial lebih tinggi. Implikasi praktisnya, otoritas pajak perlu memperkuat edukasi mengenai fungsi pajak sebagai kontribusi sosial, sehingga orientasi materialistik dapat dialihkan menjadi kesadaran kolektif.

Variabel *machiavellianism* terbukti berpengaruh negatif signifikan terhadap kepatuhan. Mekanisme ini dapat dijelaskan melalui teori perilaku etis, di mana sifat manipulatif dan oportunistik melemahkan norma internal serta mendorong perilaku tidak etis, termasuk manipulasi pelaporan pajak. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh instrumen pengukuran dan konteks kebijakan; penelitian ini menggunakan indikator perilaku manipulatif yang lebih spesifik pada pelaporan pajak. Implikasi praktisnya, pembinaan nilai integritas dan transparansi perlu diperkuat, terutama bagi WPOP yang memiliki usaha mandiri. Hal ini penting karena sifat oportunistik lebih mudah muncul pada segmen usaha kecil yang memiliki keleluasaan dalam pencatatan keuangan.

Pengetahuan perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan. Mekanismenya dapat dijelaskan melalui konstruk *perceived behavioral control* dalam TPB (Ajzen, 2020), di mana pemahaman yang baik mengenai sistem dan regulasi perpajakan meningkatkan rasa mampu dan mengurangi ketidakpastian dalam melaksanakan kewajiban. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh kualitas sosialisasi pajak; di Semarang, digitalisasi layanan seperti e-Filing dan e-Form relatif lebih intensif sehingga meningkatkan pengetahuan wajib pajak. Implikasi praktisnya, peningkatan pengetahuan wajib pajak perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui sosialisasi, pelatihan, dan edukasi berbasis teknologi.

Moral pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan. Mekanismenya dapat dijelaskan melalui norma internal dalam TPB, di mana motivasi intrinsik dan kesadaran moral mendorong kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*). Tax morale dipandang sebagai dorongan internal yang memperkuat komitmen terhadap kewajiban fiskal. Temuan ini konsisten dengan Rifki (2024) yang menegaskan bahwa moral pajak meningkatkan kepatuhan. Namun, berbeda dengan Julianti (2025) yang menemukan pengaruh tidak signifikan pada UMKM. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik responden; WPOP sektor usaha di Semarang memiliki tingkat pendidikan dan akses informasi lebih baik, sehingga kesadaran moral lebih kuat. Implikasi praktisnya, otoritas pajak perlu menekankan aspek moral dan tanggung jawab sosial dalam kampanye kepatuhan, bukan hanya aspek sanksi.

Berdasarkan hasil pengujian regresi yang ditunjukkan oleh nilai *standardized beta*, variabel pengetahuan perpajakan terbukti memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor kognitif memainkan peran yang lebih kuat dibandingkan faktor psikologis dan moral dalam menjelaskan perilaku kepatuhan WPOP di Kota Semarang. Dominannya pengaruh pengetahuan perpajakan menunjukkan bahwa pemahaman terhadap peraturan, prosedur pelaporan, serta konsekuensi perpajakan menjadi determinan utama dalam mendorong kepatuhan formal dan material. Dalam konteks sistem *self-assessment*, kemampuan wajib pajak untuk memahami kewajiban perpajakan merupakan prasyarat mendasar bagi terwujudnya kepatuhan, karena tanpa pengetahuan yang memadai, niat untuk patuh tidak selalu dapat diwujudkan dalam perilaku aktual.

Temuan ini sejalan dengan kerangka *Theory of Planned Behavior*, khususnya pada komponen *perceived behavioral control*, yang menekankan bahwa individu cenderung melakukan suatu perilaku ketika mereka merasa memiliki kemampuan dan kontrol yang

cukup. Wajib pajak yang memiliki tingkat pengetahuan perpajakan lebih baik cenderung merasa lebih mampu menghitung, membayar, dan melaporkan pajak secara benar, sehingga hambatan administratif dan ketidakpastian prosedural dapat diminimalkan. Kondisi ini menjadi semakin relevan pada segmen WPOP dengan pekerjaan bebas atau usaha, yang umumnya menghadapi kompleksitas pencatatan dan pelaporan yang lebih tinggi dibandingkan wajib pajak dengan penghasilan tetap. Dengan demikian, hasil penelitian ini menguatkan argumen bahwa peningkatan kepatuhan tidak hanya bergantung pada pengawasan dan sanksi, tetapi juga pada peningkatan kapasitas kognitif wajib pajak.

Di sisi lain, meskipun variabel psikologis seperti *love of money* dan *machiavellianism*, serta variabel normatif berupa moral pajak, tetap berkontribusi terhadap kepatuhan, pengaruhnya relatif lebih lemah dibandingkan pengetahuan perpajakan. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa pada konteks perkotaan seperti Semarang, di mana akses informasi dan layanan perpajakan relatif lebih baik, faktor rasional dan kemampuan teknis menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan kepatuhan. Dengan kata lain, meskipun orientasi nilai dan dorongan moral tetap penting, kepatuhan cenderung lebih ditentukan oleh sejauh mana wajib pajak memahami dan mampu menjalankan kewajiban perpajakan secara praktis.

Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil. Pertama, desain penelitian yang bersifat *cross-sectional* hanya menangkap kondisi kepatuhan pada satu periode waktu, sehingga tidak mampu menjelaskan dinamika perubahan perilaku kepatuhan dalam jangka panjang atau sebagai respons terhadap perubahan kebijakan perpajakan. Kedua, penggunaan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data berpotensi menimbulkan *self-report bias*, karena responden mungkin memberikan jawaban yang dianggap paling dapat diterima secara sosial (*social desirability bias*), terutama terkait perilaku patuh dan sikap moral. Ketiga, adanya potensi *common method bias* tidak dapat sepenuhnya dihindari karena seluruh variabel diukur menggunakan instrumen yang sama dan pada waktu yang sama.

Konsekuensi dari keterbatasan tersebut adalah perlunya kehati-hatian dalam melakukan generalisasi dan interpretasi hasil penelitian. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan desain longitudinal guna menangkap perubahan perilaku kepatuhan dari waktu ke waktu, atau pendekatan *mixed-method* yang menggabungkan survei kuantitatif dengan wawancara mendalam. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai mekanisme kepatuhan pajak serta meningkatkan validitas eksternal temuan penelitian.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kota Semarang tidak hanya ditentukan oleh regulasi formal, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, kognitif, dan moral. Orientasi berlebihan terhadap uang (*love of money*) serta kecenderungan manipulatif (*machiavellianism*) terbukti menurunkan kepatuhan, sedangkan pengetahuan perpajakan dan moral pajak meningkatkan kecenderungan untuk patuh. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan multidimensional lebih efektif dalam mendorong kepatuhan fiskal dibandingkan strategi yang hanya menekankan aspek regulasi.

Penelitian ini memperkuat *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2020) dengan memetakan variabel psikologis dan kognitif ke dalam konstruk sikap, kontrol perilaku, dan norma internal. Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa faktor non-ekonomi memiliki peran penting dalam menjelaskan kepatuhan pajak, sekaligus memperkaya literatur akuntansi perilaku dan *tax compliance* (Torgler & Schneider, 2020). Bagi otoritas pajak, hasil penelitian ini menekankan perlunya strategi peningkatan kepatuhan yang tidak hanya berbasis sanksi, tetapi juga mengintegrasikan edukasi perpajakan dan pembinaan moral. Pengetahuan perpajakan terbukti sebagai variabel dominan, sehingga program sosialisasi berbasis digital dan pelatihan wajib pajak perlu diperkuat. Selain itu, pembinaan nilai integritas dan tanggung jawab sosial dapat menekan dampak negatif *love of money* dan *machiavellianism*.

Penelitian ini terbatas pada desain *cross-sectional* dengan data self-report, sehingga rentan terhadap bias sosial dan *common method bias*. Selain itu, ruang lingkup penelitian

hanya mencakup WPOP di KPP Pratama Gayamsari, sehingga generalisasi hasil ke wilayah lain perlu dilakukan dengan hati-hati.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan desain longitudinal atau *mixed-method* agar dapat menangkap dinamika kepatuhan pajak secara lebih komprehensif. Variabel eksternal seperti kualitas pelayanan fiskus, kepercayaan terhadap pemerintah, dan persepsi keadilan pajak juga perlu ditambahkan untuk memperluas model kepatuhan.

REKOMENDASI

Penelitian ini membuka ruang bagi kajian lanjutan yang lebih komprehensif dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang belum diteliti, seperti kualitas pelayanan fiskus, tingkat kepercayaan terhadap pemerintah, persepsi keadilan pajak, serta pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan. Hambatan yang mungkin muncul dalam penelitian serupa adalah keterbatasan data primer dan potensi bias jawaban responden, sehingga penggunaan pendekatan campuran antara metode kuantitatif dan kualitatif dapat dipertimbangkan untuk memperkaya hasil. Penelitian mendatang juga diharapkan mampu memperluas cakupan wilayah agar temuan lebih representatif dan dapat digeneralisasi. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh otoritas pajak untuk merancang program edukasi yang menekankan nilai moral, tanggung jawab sosial, serta transparansi sistem perpajakan, sehingga kepatuhan dapat ditingkatkan secara sukarela dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang, khususnya Fakultas Ekonomika dan Bisnis, atas dukungan akademik yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada dosen pembimbing, atas arahan dan bimbingan yang sangat berharga. Penulis menyampaikan penghargaan kepada Kepala KPP Pratama Gayamsari Kota Semarang, beserta seluruh staf yang telah memberikan izin dan bantuan dalam proses pengumpulan data. Terima kasih juga diberikan kepada seluruh wajib pajak orang pribadi di Kota Semarang yang khususnya wilayah Gayamsari yang bersedia menjadi responden penelitian ini. Dukungan dari pihak-pihak tersebut sangat berarti dalam keberhasilan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
- Alshirah, M., Al-Dalabih, F., Magablih, A. M., Alsqour, M., Ali, B., Elkotayni, K., & Alshira'h, A. F. (2022). The Relationship Between Tax Knowledge and Compliance: An Empirical Study. *Information Sciences Letters*, 11(5), 1393–1401.
- Basiroh, A., & Sari, I. (2024). Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan Wajib Pajak, dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi bagi Pelaku Usaha Online. *Gorontalo Accounting Journal*, 7(2), 324–331.
- Ervilia, R., & Amir, M. (2023). Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi: *Love of Money*, *Machiavellianisme*, dan Kepercayaan pada Pemerintah. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 7(2), 395–406.
- Forero, C. G. (2020). *Cronbach's Alpha*. In Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research. Springer.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hufrona, A. (2024). Peran *Tax Knowledge* dalam Meningkatkan Bukti Empiris Pada UMKM di Bandung. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 8(3), 226–240.
- Julianti, R. (2025). Pengaruh Literasi Perpajakan, *Love of Money*, dan Integritas Pribadi Terhadap Niat Patuh Pajak pada Generasi Z. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 14(3), 233–245.

- Mahendra, D., & Umaimah, S. (2024). Pengaruh Machiavellian, *Love of Money* dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Pajak Indonesia*, 6(2), 134–145.
- Nugraha, A., & Umaimah, S. (2023). Pengaruh *Love of Money* dan *Machiavellianism* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak: Peran Religiusitas. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan dan Akuntansi)*, 11(1), 11–20.
- Pertiwi, D., & Aulia, R. (2021). Machiavellianism Dimensions, Religiosity, Social Environment, and Tax Evasion. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 45–60.
- Rahman, F. (2020). The Relationships Among Love of Money and Unethical Behaviour. *Journal of Contemporary Accounting*, 2(3), 141–150.
- Rifki, M. (2024). Analisis Tren Penelitian *Tax Morale* pada Jurnal Terindeks di Indonesia. *Jurnal Perpajakan Indonesia*, 9(2), 211–225.
- Sesini, G., & Lozza, E. E. (2023). Understanding Individual Attitude to Money: A Systematic Scoping Review and Research Agenda. *Collabra: Psychology*, 9(1), 1–22.
- Sijtsma, K., & Pfadt, J. M. (2021). On The Use, The Misuse, and The Very Limited Usefulness of Cronbach's Alpha. *Psychometrika*, 86, 843–860.
- Shafer, W. E., & Wang, Z. (2018). Ethical Ideologies, Machiavellianism and Tax Evasion in China. *Managerial Auditing Journal*, 33(8), 760–782.
- Soda, J., Sondakh, J. J., & Budiarmo, N. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak dan Persepsi Keadilan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 1115–1126.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tang, T. L. P., Chen, Y. J., & Sutarso, T. (2023). Love of Money and Tax Compliance: The Mediating Role of Ethical Judgment. *International Journal of Business Ethics and Governance*, 6(2), 55–72.
- Torgler, B., & Schneider, F. (2020). Tax Morale and Compliance: Review and Analysis. *Journal of Economic Psychology*, 81, 101–115.
- Umar, H. (2005). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Rajawali Pers.