e-ISSN 2962-4134
Journal of Management, Economic, and Accounting
OPEN ACCESS sinta 5

The Influence of Tax Justice Perception, DGT Image, and Taxpayer Trust on Taxpayer Compliance Through Intentions

Pengaruh Persepsi Keadilan Pajak, Citra DJP, dan Kepercayaan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Niat

Sarah Hanim Batubara [1)], Kiki Farida Ferine [2)], Erwansyah [3)]
[1]Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi
[2,3]Magister Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi
***Correspondence Author:** kikifaridaferine@dosen.pancabudi.ac.id*

ARTICLE HISTORY
Received [29 Agustus 2026]
Revised [27 Oktober 2026]
Accepted [31 Oktober 2026]

KEYWORDS
Image Of The DGT, Intention To Pay Taxes, Perception Of Tax Fairness, Taxpayer Compliance, Taxpayer Trust.

This is an open access article under the CC–BY-SA license

ABSTRAK
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi keadilan pajak, citra Direktorat Jenderal Pajak, dan kepercayaan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak melalui niat membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah wajib pajak orang pribadi aktif di Desa Hamparan Perak, Desa Kelambir, dan Desa Kelambir Lima Kebun, Kabupaten Deli Serdang. Sampel penelitian berjumlah 388 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling dengan bantuan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keadilan pajak, citra DJP, dan kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak. Ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Niat membayar pajak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak serta mampu memediasi pengaruh persepsi keadilan pajak, citra DJP, dan kepercayaan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai R-square menunjukkan bahwa model menjelaskan niat membayar pajak sebesar 29,6% dan kepatuhan wajib pajak sebesar 43,7%. Temuan ini menegaskan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh faktor persepsi, institusional, kepercayaan, dan niat internal wajib pajak.

ABSTRACT
This study aims to analyze the influence of the perception of tax justice, the image of the Directorate General of Taxes, and taxpayers' trust in taxpayer compliance through the intention to pay taxes to taxpayers at KPP Pratama Lubuk Pakam. This study uses a quantitative approach with a survey method. The research population is active individual taxpayers in Hamparan Perak Village, Kelambir Village, and Kelambir Lima Kebun Village, Deli Serdang Regency. The research sample amounted to 388 respondents who were determined using the Slovin formula with an error rate of 5%. Primary data was collected through questionnaire deployment using the Likert scale. The data analysis technique used Partial Least Squares Structural Equation Modeling with the help of SmartPLS 3.0. The results of the study show that the perception of tax fairness, the image of the DGT, and the trust of taxpayers have a positive and significant effect on the intention to pay taxes. These three variables also have a positive and significant effect on taxpayer compliance. The intention to pay taxes has been proven to have a positive and significant effect on taxpayer compliance and is able to mediate the influence of the perception of tax fairness, the image of the DGT, and taxpayer trust on taxpayer compliance. The R-square value shows that the model explains the intention to pay taxes by 29.6% and the taxpayer's compliance by 43.7%. These findings confirm that taxpayer compliance is influenced by perceptual, institutional, trust, and internal intention factors of taxpayers.

PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang memiliki peran sangat strategis dalam membiayai pembangunan nasional. arena itu, kepatuhan wajib pajak menjadi salah satu prasyarat penting bagi keberlanjutan fiskal negara. Namun, kepatuhan formal wajib pajak di Indonesia masih menunjukkan ruang perbaikan. Direktorat Jenderal Pajak mencatat bahwa sampai 30 April 2024 jumlah SPT Tahunan PPh yang disampaikan baru mencapai 14.186.630 SPT atau 73,61% dari total wajib SPT, sedangkan target rasio kepatuhan tahun 2024 ditetapkan sebesar 83,2% dari 19,2 juta wajib SPT. Di wilayah Kanwil DJP Sumatera Utara I, jumlah SPT Tahunan yang diterima sampai 30 April 2024 tercatat 328.487 SPT atau tumbuh 6,64% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Data ini menunjukkan bahwa pertumbuhan kepatuhan memang terjadi, tetapi belum sepenuhnya mencapai kondisi yang optimal.

Kondisi tersebut juga relevan dalam konteks KPP Pratama Lubuk Pakam sebagai unit vertikal DJP yang melayani seluruh wilayah Kabupaten Deli Serdang. Dalam beberapa tahun terakhir, KPP Pratama Lubuk Pakam cukup aktif melakukan edukasi dan asistensi perpajakan, misalnya melalui kegiatan

"Bincang Pajak" yang dihadiri sekitar 400 wajib pajak pada Agustus 2024, edukasi Coretax tahap 1 kepada 200 wajib pajak pada September 2024, edukasi Coretax bagi notaris dan PPAT pada Februari 2025, serta layanan Pojok Pajak di PT Medisafe Technologies pada Maret 2025 untuk membantu pelaporan SPT Tahunan. Intensitas edukasi ini menunjukkan bahwa peningkatan kepatuhan di wilayah Lubuk Pakam masih menjadi agenda penting dan masih memerlukan penguatan pada sisi persepsi, kepercayaan, dan kemauan wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya.

Dalam perkembangan ilmu perpajakan modern, kepatuhan wajib pajak tidak lagi dipahami hanya sebagai hasil dari sanksi atau pengawasan, tetapi juga sebagai konsekuensi dari persepsi wajib pajak terhadap sistem perpajakan dan otoritas pajak. Hidayah dan Puspitosari (2024) menunjukkan bahwa persepsi keadilan sistem perpajakan dan persepsi kepercayaan terhadap pemerintah serta otoritas pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kepatuhan pajak. Appiah et al. (2024) juga menegaskan bahwa tax fairness dan trust merupakan faktor penting yang berhubungan dengan voluntary tax compliance. Temuan ini menguatkan bahwa kepatuhan tidak hanya ditentukan oleh faktor koersif, tetapi juga oleh rasa adil dan rasa percaya dari wajib pajak terhadap sistem dan institusi pemungut pajak.

Variabel pertama yang penting dalam penelitian ini adalah persepsi keadilan pajak. Secara substantif, persepsi keadilan pajak mengacu pada penilaian wajib pajak mengenai apakah beban, aturan, dan perlakuan perpajakan dirasakan adil. Rizal (2024) menemukan bahwa persepsi keadilan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. Priyastiwi et al. (2023) juga menunjukkan bahwa persepsi keadilan pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak, bahkan mampu memediasi hubungan tax knowledge terhadap kepatuhan. Selain itu, Ristiyana et al. (2025) memasukkan persepsi keadilan pajak sebagai salah satu determinan kepatuhan dengan intention to comply sebagai variabel mediasi, yang berarti persepsi keadilan layak diposisikan sebagai faktor awal yang membentuk niat dan kemudian mendorong kepatuhan.

Variabel kedua adalah citra DJP. Dalam konteks organisasi publik, citra dapat dipahami sebagai kesan atau gambaran yang terbentuk dalam benak masyarakat terhadap institusi. Pada laman resmi DJP dijelaskan bahwa citra DJP merupakan pandangan atau kesan masyarakat ketika mendengar kata "DJP" atau "pajak", dan bahwa integritas pegawai, kualitas layanan, serta implementasi kebijakan merupakan faktor yang dapat memengaruhi citra tersebut. Secara konseptual, hal ini sejalan dengan literatur perilaku yang menunjukkan bahwa citra organisasi atau brand image dapat memengaruhi behavioral intention. Studi Oh and Myeong (2024) menemukan bahwa organizational image berpengaruh terhadap intention to comply dalam konteks kepatuhan keamanan, sedangkan Liang et al. (2024) menunjukkan bahwa brand image berpengaruh signifikan terhadap purchase intention. Berdasarkan pola hubungan tersebut, dapat diinferensikan bahwa citra DJP yang positif juga berpotensi membentuk niat wajib pajak untuk membayar pajak.

Variabel ketiga adalah kepercayaan wajib pajak. Kepercayaan merupakan fondasi penting dalam hubungan antara masyarakat dan pemerintah, termasuk dalam administrasi perpajakan. Bahrien dan Purba (2024) membuktikan bahwa kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Atito dan Masripah (2024) juga menemukan bahwa tingkat kepercayaan pada pemerintah berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Dalam konteks layanan digital pemerintah, Luo et al. (2024) menegaskan bahwa trust menjadi salah satu pendorong utama keberlanjutan penggunaan layanan e-government. Dengan demikian, semakin tinggi kepercayaan wajib pajak terhadap DJP sebagai otoritas fiskal, semakin besar kemungkinan munculnya niat dan perilaku patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Selanjutnya, penelitian ini menempatkan niat membayar pajak sebagai variabel intervening. Secara teoritis, posisi ini sangat relevan dengan Theory of Planned Behavior, yang menjelaskan bahwa niat merupakan prediktor langsung dari perilaku aktual. Dalam konteks perpajakan, Manullang and Khairudin (2024) menempatkan niat kepatuhan pajak sebagai unsur penting dalam menjelaskan tax compliance behavior. Agassy and Tanno (2024) juga menegaskan bahwa niat merupakan salah satu komponen penting dalam model kepatuhan wajib pajak berbasis TPB. Lebih spesifik lagi, Ristiyana et al. (2025) meneliti public trust, perceptions of tax fairness, dan taxpayer compliance dengan intention to comply sebagai variabel mediasi. Ini menunjukkan bahwa niat bukan sekadar variabel tambahan, melainkan mekanisme psikologis yang menjembatani pengaruh persepsi dan kepercayaan terhadap perilaku kepatuhan.

Dari sisi fenomena empiris, kebutuhan meneliti niat membayar pajak menjadi semakin penting karena kepatuhan wajib pajak tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan administratif, tetapi juga oleh kesediaan internal wajib pajak untuk bertindak patuh. Berbagai kegiatan edukasi yang dilakukan KPP Pratama Lubuk Pakam menunjukkan bahwa DJP tidak hanya berupaya memberi layanan, tetapi juga membangun pemahaman, persepsi positif, dan kemauan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Ketika KPP harus terus melakukan sosialisasi, asistensi pelaporan, dan pelayanan

e-ISSN 2962-4134
Journal of Management, Economic, and Accounting

jemput bola, hal itu menandakan bahwa kepatuhan belum cukup dijelaskan hanya oleh keberadaan aturan; ada faktor psikologis dan perseptual yang perlu dipahami lebih dalam.

Penelitian ini juga memiliki urgensi karena masih terdapat celah dalam penelitian terdahulu. Studi-studi mutakhir lebih banyak menyoroti pengaruh persepsi keadilan, trust, sanksi, modernisasi administrasi, atau literasi pajak terhadap kepatuhan. Ada pula penelitian yang menggunakan intention to comply sebagai mediasi, tetapi belum banyak yang menggabungkan persepsi keadilan pajak, citra DJP, dan kepercayaan wajib pajak secara simultan dalam satu model struktural untuk menjelaskan kepatuhan wajib pajak melalui niat membayar pajak, khususnya pada wajib pajak yang terdaftar di KPP Pratama Lubuk Pakam. Karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi kekosongan empiris sekaligus memperluas pengembangan model kepatuhan wajib pajak yang tidak hanya menekankan faktor administratif, tetapi juga faktor perseptual, institusional, dan psikologis.

LANDASAN TEORI

Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Alm (2023), kepatuhan pajak berkaitan dengan kesediaan individu atau badan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai ketentuan hukum yang berlaku. Dalam penelitian ini, indikator kepatuhan wajib pajak mengacu pada kepatuhan pelaporan pajak, kepatuhan pembayaran pajak, kejujuran informasi perpajakan, kepatuhan terhadap prosedur perpajakan, serta respons terhadap pengawasan otoritas pajak.

Niat Membayar Pajak

Niat membayar pajak menurut Hikmah et al. (2024) dapat dipahami sebagai kemauan, kecenderungan, dan keputusan internal wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakan secara patuh sesuai ketentuan yang berlaku.

Kepercayaan Wajib Pajak

Menurut OECD (2024), kepercayaan wajib pajak dapat dirumuskan sebagai keyakinan wajib pajak bahwa DJP sebagai institusi publik akan bertindak secara konsisten, positif, dan dapat dipercaya dalam menjalankan tugas perpajakan.

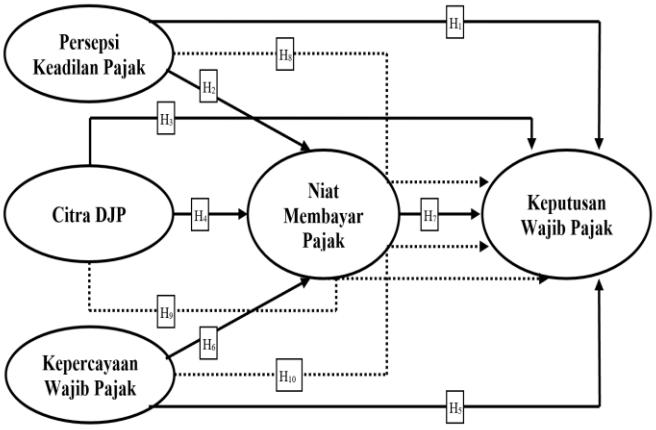
Citra DJP

Abner et al. (2024) citra DJP adalah kesan atau pandangan wajib pajak terhadap Direktorat Jenderal Pajak yang terbentuk dari informasi, pengalaman, dan apa yang mereka dengar mengenai etos kerja, kompetensi, akuntabilitas, dan motif atau integritas DJP sebagai lembaga publik.

Persepsi Keadilan Pajak

Menurut Khan dan Tjaraka (2024), persepsi keadilan pajak dapat dipahami sebagai penilaian wajib pajak mengenai apakah sistem perpajakan berjalan adil, yang terlihat dari tiga sisi utama: keadilan distributif dalam pembagian beban dan manfaat pajak, keadilan prosedural dalam cara pajak dipungut dan diadministrasikan, serta keadilan retributif dalam penerapan sanksi kepada pelanggar.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2025), penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian kuantitatif ini dilakukan untuk membuat suatu penelitian yang bertujuan untuk menyesuaikan suatu penelitian dan untuk menganalisis pengaruh persepsi keadilan pajak, citra djp, dan kepercayaan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak melalui niat membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam.

Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di KPP Pratama Lubuk Pakam, beralamat: Gedung Keuangan Negara, Lantai 2 dan 4, Jl. Pangeran Diponegoro No.30A, Madras Hulu, Kec. Medan Polonia, Kota Medan. Waktu penelitian dilaksanakan selama 3 bulan, mulai Mei sampai Agustus 2026.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2022), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang masih aktif di Desa Hamparan Perak, Desa Kelambir, dan Desa Kelambir Lima Kebun, Kabupaten Deli Serdang. Ketiga desa tersebut dipilih sebagai wilayah penelitian karena dianggap mewakili populasi wajib pajak orang pribadi yang berada di wilayah kerja KPP Pratama Lubuk Pakam. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 13.140 wajib pajak orang pribadi yang masih aktif berdasarkan data KPP Pratama Lubuk Pakam tahun 2026. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 388 wajib pajak orang pribadi yang masih aktif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan probability sampling karena setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden.

Teknik Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penarikan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel dipilih dari wajib pajak yang terdaftar di KPP Pratama Lubuk Pakam dan masih aktif dan terdiri dari wajib pajak pribadi. Pemilihan responden dengan kriteria ini dimaksudkan agar data yang diperoleh relevan dan valid, karena hanya wajib pajak yang masih aktif yang dapat memberikan informasi yang akurat mengenai persepsi keadilan pajak, citra djp, kepercayaan wajib pajak, kepatuhan wajib pajak dan niat membayar pajak. Dengan pendekatan purposive sampling ini, penelitian dapat fokus pada pengalaman nyata wajib pajak dan menghasilkan temuan yang dapat menggambarkan perilaku wajib pajak dalam menjalankan kewajibannya dalam pelaporan SPT tahunan kepada negara.

Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer

e-ISSN 2962-4134
Journal of Management, Economic, and Accounting

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Outer Model*

Analisis *Outer Model* menggunakan *PLS Algorithm*, menghasilkan:

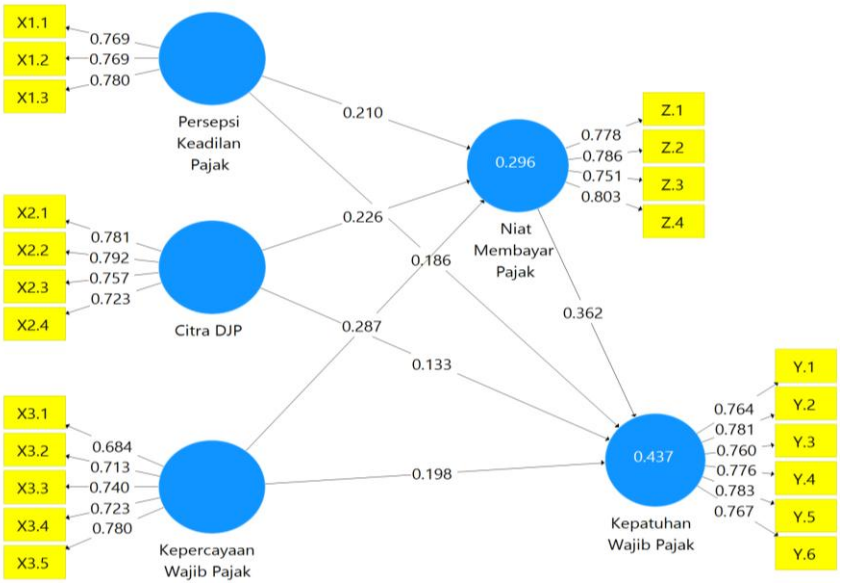
Uji Validitas

Table 1. Nilai Outer Loadings

	Citra DJP	Kepatuhan Wajib Pajak	Kepercayaan Wajib Pajak	Niat Membayar Pajak	Persepsi Keadilan Pajak
X1.1					0,769
X1.2					0,769
X1.3					0,780
X2.1	0,781				
X2.2	0,792				
X2.3	0,757				
X2.4	0,723				
X3.1			0,684		
X3.2			0,713		
X3.3			0,740		
X3.4			0,723		
X3.5			0,780		
Y.1		0,764			
Y.2		0,781			
Y.3		0,760			
Y.4		0,776			
Y.5		0,783			
Y.6		0,767			
Z.1				0,778	
Z.2				0,786	
Z.3				0,751	
Z.4				0,803	

Sumber: Output Smart PLS, 2025

Berdasarkan nilai pada Tabel 1 di atas, hasil pengujian outer model melalui nilai loading factor/outer loadings menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai loading ≥ 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator diukur secara valid dan kuat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam kuesioner telah memenuhi kriteria validitas dan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Outer Loading

Pada penelitian ini ada persamaan dan persamaan itu terdiri dari dua substruktur untuk subtruktur 1:

$Z = \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e_1$

$Z = 0{,}210X_1 + 0{,}226X_2 + 0{,}287X_3 + e_1$

Untuk substruktur 2:

$Y = \beta_2X_1 + \beta_3X_2 + \beta_4X_3 + \beta Z + e_2$

$Y = 0{,}186\ X_1 + 0{,}133X_2 + 0{,}198X_3 + 0{,}362Z + e_2$

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Citra DJP	0,763	0,769	0,848	0,584
Kepatuhan Wajib Pajak	0,864	0,865	0,898	0,596
Kepercayaan Wajib Pajak	0,779	0,782	0,850	0,531
Niat Membayar Pajak	0,785	0,788	0,861	0,608
Persepsi Keadilan Pajak	0,663	0,663	0,816	0,597

Sumber: Output Smart PLS, 2025

Dari Tabel 2 di atas, hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability pada seluruh konstruk memiliki nilai di atas 0,70 dan nilai AVE di atas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki konsistensi internal yang tinggi dan dapat diandalkan dalam mengukur konstruknya masing-masing. Sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan dalam pengujian model struktural.

Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam menilai model dengan PLS, dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Tabel di bawah merupakan hasil estimasi R-square dengan menggunakan SmartPLS.

Tabel 3. Hasil R Square

	R Square	R Square Adjusted
Niat Membayar Pajak	0,296	0,291
Kepatuhan Wajib Pajak	0,437	0,431

Sumber: Smart PLS, 2025

Pada Tabel 3, terdapat nilai R-squared pada kedua variabel dependen. Untuk variabel niat membayar pajak, nilai R-squared sebesar 0,296; artinya persepsi keadilan pajak, citra DJP dan kepercayaan wajib pajak adalah sebesar 0,296 atau 29,6%. Sisanya ada pada variabel lain di luar model. Nilai R-squared kepatuhan wajib pajak sebesar 0,437 artinya persepsi keadilan pajak, citra DJP, kepercayaan wajib pajak, dan niat membayar pajak sebesar 0,437 atau 43,7%; sisanya ada pada variabel lain di luar model.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Pengujian Hipotesis

Pengaruh Langsung Antar Variabel

Pengaruh langsung antarvariabel dapat dilihat pada nilai *path coefficients*. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai pengaruh langsung dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. *Path Coefficients* (Pengaruh Langsung)

	Original Sample	T Statistics	P Values	Kesimpulan
Persepsi Keadilan Pajak -> Niat Membayar Pajak	0,210	4,136	0,000	Diterima
Persepsi Keadilan Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	0,186	4,766	0,000	Diterima
Citra DJP -> Niat Membayar Pajak	0,226	4,809	0,000	Diterima

Citra DJP -> Kepatuhan Wajib Pajak	0,133	3,011	0,003	Diterima
Kepercayaan Wajib Pajak -> Niat Membayar Pajak	0,287	5,511	0,000	Diterima
Kepercayaan Wajib Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	0,198	4,397	0,000	Diterima
Niat Membayar Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	0,362	8,272	0,000	Diterima

Sumber: Output Smart PLS, 2025

Pada hasil Tabel 4 terdapat nilai pengaruh langsung sebagai berikut:

1. Persepsi keadilan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak, dengan nilai t-statistik sebesar 4,136 di atas 1,96 dan signifikansi sebesar 0,000 di bawah 0,05. Artinya, persepsi keadilan pajak berpengaruh nyata terhadap niat membayar pajak karena nilai signifikansi di bawah 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, yaitu persepsi keadilan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak (Stevani & Sugara, 2026).
2. Persepsi keadilan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan nilai t-statistik sebesar 4,766 di atas 1,96 dan signifikansi sebesar 0,000 di bawah 0,05. Artinya, persepsi keadilan pajak berpengaruh nyata terhadap kepatuhan wajib pajak karena nilai signifikansi di bawah 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, yaitu persepsi keadilan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Muniroh, 2023).
3. Citra DJP berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak, dengan nilai t-statistik sebesar 4,136 di atas 1,96 dan signifikansi sebesar 0,000 di bawah 0,05. Artinya, citra DJP berpengaruh nyata terhadap niat membayar pajak karena nilai signifikansi di bawah 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, yaitu citra DJP berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak (Darmawan et al., 2026).
4. Citra DJP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan nilai t-statistik sebesar 3,011 di atas 1,96 dan signifikansi sebesar 0,003 di bawah 0,05. Artinya, citra DJP berpengaruh nyata terhadap kepatuhan wajib pajak karena nilai signifikansi di bawah 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, yaitu citra DJP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Enas et al., 2025).
5. Kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak, dengan nilai t-statistik sebesar 5,511 di atas 1,96 dan signifikansi sebesar 0,000 di bawah 0,05. Artinya, kepercayaan wajib pajak berpengaruh nyata terhadap niat membayar pajak karena nilai signifikansi di bawah 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, yaitu kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak (Novianty & Yusri, 2024).
6. Kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan nilai t-statistik sebesar 4,397 di atas 1,96 dan signifikansi sebesar 0,000 di bawah 0,05. Artinya, kepercayaan wajib pajak berpengaruh nyata terhadap kepatuhan wajib pajak karena nilai signifikansi di bawah 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, yaitu kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Bahrien et al., 2024).
7. Niat membayar pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dengan nilai t-statistik sebesar 8,272 di atas 1,96 dan signifikansi sebesar 0,000 di bawah 0,05. Artinya, niat membayar pajak berpengaruh nyata terhadap kepatuhan wajib pajak karena nilai signifikansi di bawah 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, yaitu niat membayar pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Hermawan, 2021).

Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel

Pengaruh tidak langsung antarvariabel dapat dilihat pada nilai *specific indirect effects*. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai pengaruh tidak langsung dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini.

Table 5. *Specific Indirect Effects* (Pengaruh Tidak Langsung)

	Original Sample	T Statistics	P Values	Kesimpulan
Persepsi Keadilan Pajak -> Niat Membayar Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	0,076	3,578	0,000	Diterima
Citra DJP -> Niat Membayar Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	0,082	4,036	0,000	Diterima
Kepercayaan Wajib Pajak -> Niat Membayar Pajak -> Kepatuhan Wajib Pajak	0,104	4,396	0,000	Diterima

Sumber: Smart PLS, 2025

Pada tabel 5 terdapat pengaruh tidak langsung antar variabel yaitu:

1. Persepsi keadilan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak, dengan nilai t-statistik sebesar 3,578 di atas 1,96 dan signifikansi sebesar 0,000 di bawah 0,05. Artinya, niat membayar pajak berperan sebagai variabel intervening antara persepsi keadilan pajak dan kepatuhan wajib pajak.
2. Citra DJP berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak, dengan nilai t-statistik sebesar 4,036 di atas 1,96 dan signifikansi sebesar 0,000 di bawah 0,05. Artinya, niat membayar pajak berperan sebagai variabel intervening antara citra DJP dan kepatuhan wajib pajak.
3. Kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak, dengan nilai t-statistik sebesar 4,396 di atas 1,96 dan signifikansi sebesar 0,000 di bawah 0,05. Artinya, niat membayar pajak berperan sebagai variabel intervening antara kepercayaan wajib pajak dan kepatuhan wajib pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Persepsi keadilan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam.
2. Persepsi keadilan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam.
3. Citra DJP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam.
4. Citra DJP berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam.
5. Kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam.
6. Kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam.
7. Niat membayar pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam.
8. Persepsi keadilan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui niat membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam.
9. Citra DJP berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui niat membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam.
10. Kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak melalui niat membayar pajak pada wajib pajak di KPP Pratama Lubuk Pakam.

Saran

1. Bagi peningkatan persepsi keadilan pajak
   KPP Pratama Lubuk Pakam disarankan untuk meningkatkan persepsi keadilan pajak melalui pelayanan yang transparan, konsisten, dan tidak diskriminatif kepada seluruh wajib pajak. Petugas pajak perlu memberikan informasi yang jelas mengenai dasar pengenaan pajak, prosedur pelaporan, serta ketentuan sanksi perpajakan. Hal ini penting karena hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keadilan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak dan kepatuhan wajib pajak . Dengan demikian, semakin adil sistem perpajakan dirasakan oleh wajib pajak, semakin besar kemungkinan wajib pajak memiliki niat dan perilaku patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.
2. Bagi peningkatan citra DJP
   Direktorat Jenderal Pajak, khususnya KPP Pratama Lubuk Pakam, disarankan untuk memperkuat citra kelembagaan melalui peningkatan kualitas layanan, profesionalitas pegawai, akuntabilitas prosedur, dan komunikasi publik yang baik. Citra DJP yang positif dapat dibangun melalui pelayanan yang cepat, ramah, mudah diakses, serta penggunaan media informasi yang mampu menjelaskan kebijakan perpajakan secara sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra DJP berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak dan kepatuhan wajib pajak . Oleh karena itu, DJP perlu menjaga reputasi institusi agar wajib pajak memiliki pandangan positif terhadap otoritas pajak.
3. Bagi peningkatan kepercayaan wajib pajak
   KPP Pratama Lubuk Pakam disarankan untuk meningkatkan kepercayaan wajib pajak melalui keterbukaan informasi, kepastian layanan, integritas pegawai, dan respons yang cepat terhadap keluhan wajib pajak. Kepercayaan dapat diperkuat apabila wajib pajak merasa bahwa DJP bekerja

secara jujur, adil, profesional, dan bertanggung jawab. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak dan kepatuhan wajib pajak . Karena itu, kepercayaan publik perlu menjadi prioritas dalam strategi peningkatan kepatuhan pajak.

4. Bagi peningkatan niat membayar pajak
   KPP Pratama Lubuk Pakam disarankan untuk memperkuat niat membayar pajak melalui edukasi, sosialisasi, dan asistensi yang menekankan pentingnya pajak bagi pembangunan negara. Program edukasi tidak hanya perlu menjelaskan aspek teknis pelaporan dan pembayaran pajak, tetapi juga perlu membangun kesadaran, kemauan, dan tanggung jawab wajib pajak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat membayar pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak serta berperan sebagai variabel intervening antara persepsi keadilan pajak, citra DJP, kepercayaan wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak . Dengan demikian, peningkatan kepatuhan pajak perlu diarahkan pada penguatan niat internal wajib pajak untuk patuh.
5. Bagi peningkatan kepatuhan wajib pajak
   KPP Pratama Lubuk Pakam disarankan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dengan strategi yang tidak hanya berbasis pengawasan dan sanksi, tetapi juga berbasis pendekatan persuasif. Strategi tersebut dapat dilakukan melalui pelayanan yang adil, peningkatan citra DJP, penguatan kepercayaan wajib pajak, serta pembentukan niat membayar pajak. Kepatuhan wajib pajak akan lebih optimal apabila wajib pajak merasa diperlakukan adil, percaya kepada otoritas pajak, dan memiliki kesadaran pribadi untuk membayar serta melaporkan pajak sesuai ketentuan.
6. Bagi peneliti selanjutnya
   Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini, seperti literasi pajak, kesadaran pajak, kualitas pelayanan fiskus, sanksi perpajakan, digitalisasi layanan pajak, kemudahan penggunaan sistem perpajakan, religiusitas, atau sosialisasi perpajakan. Hal ini penting karena nilai R-square menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini belum sepenuhnya menjelaskan niat membayar pajak dan kepatuhan wajib pajak. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian pada KPP lain, wajib pajak badan, atau pelaku UMKM agar hasil penelitian lebih komprehensif. Selain itu, pendekatan mixed methods dapat digunakan agar data kuantitatif dapat diperkuat dengan wawancara mendalam mengenai alasan wajib pajak dalam membayar dan melaporkan pajak

DAFTAR PUSTAKA

Abner, G., Perry, J. L., & Kim, S. Y. (2024). Measuring reputational signals regarding public sector professions: Validation of a scale and a research agenda. *The American Review of Public Administration, 54*(8). https://doi.org/10.1177/02750740241261070

Agassy, A., & Tanno, A. (2024). Kepatuhan wajib pajak berdasarkan Theory of Planned Behavior pada wajib pajak orang pribadi di Kota Padang. E-Jurnal Akuntansi, 34(4), 861–874. https://doi.org/10.24843/EJA.2024.v34.i04.p02

Alm, J. (2023). Tax compliance, technology, trust, and inequality in a post-pandemic world. eJournal of Tax Research, 21(2), 152–172.

Appiah, T., Domeher, D., & Agana, J. A. (2024). Tax knowledge, trust in government, and voluntary tax compliance: Insights from an emerging economy. SAGE Open, 14(2). https://doi.org/10.1177/21582440241234757

Arikunto, S. (2022). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta.

Atito, M., & Masripah, M. (2024). Pengaruh penerapan sistem e-filing, sosialisasi perpajakan, dan tingkat kepercayaan pada pemerintah terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Jakarta Setiabudi Dua. Jurnal Akuntansi, 13(2), 135–146. https://doi.org/10.46806/ja.v13i2.1141

Bahrien, M., & Purba, M. A. (2024). Pengaruh modernisasi administrasi perpajakan, transparansi dan kepercayaan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. ECo-Buss, 6(3). https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1103

Bahrien, M., & Purba, M. A. (2024). Pengaruh Modernisasi Administrasi Perpajakan, Transparansi, dan Kepercayaan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Eco-Buss*, *6*(3), 1220-1234.

Darmawan, P. A. D. T., Yasa, P. N. S., Wahyuni, N. M., & Dewi, K. G. P. (2022). Pengaruh elektronic word of mouth dan citra merek terhadap niat beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *7*(1), 89-100.

Direktorat Jenderal Pajak. (2024a, May 3). Kinerja penyampaian SPT Tahunan Badan 30 April 2024. https://stats.pajak.go.id/id/siaran-pers/kinerja-penyampaian-spt-tahunan-badan-30-april-2024

Direktorat Jenderal Pajak. (2024b, August 23). KPP Pratama Lubuk Pakam gelar “Bincang Pajak” untuk tingkatkan kesadaran wajib pajak. https://www.pajak.go.id/index.php/id/siaran-pers/kpp-pratama-lubuk-pakam-gelar-bincang-pajak-untuk-tingkatkan-kesadaran-wajib-pajak

Direktorat Jenderal Pajak. (2024c, September 3). KPP Pratama Lubuk Pakam laksanakan kegiatan edukasi Coretax tahap 1. https://www.pajak.go.id/index.php/id/berita/kpp-pratama-lubuk-pakam-laksanakan-kegiatan-edukasi-coretax-tahap-1

Direktorat Jenderal Pajak. (2025a, May 27). Kejujuran dan upaya membangun citra. https://pajak.go.id/id/artikel/kejujuran-dan-upaya-membangun-citra

Direktorat Jenderal Pajak. (2025b, February 11). KPP Lubuk Pakam gelar edukasi Coretax DJP notaris dan PPAT. https://www.pajak.go.id/id/berita/kpp-lubuk-pakam-gelar-edukasi-coretax-djp-notaris-dan-ppat

Direktorat Jenderal Pajak. (2025c, March 12). Tingkatkan kepatuhan, KPP Lubuk Pakam hadirkan Pojok Pajak di PT Medisafe Technologies. https://stats.pajak.go.id/id/berita/tingkatkan-kepatuhan-kpp-lubuk-pakam-hadirkan-pojok-pajak-di-pt-medisafe-technologies

Enas, N. J., Nurasih, R. T., & Misidawati, D. N. (2025). Analisis Sentimen Pengaruh Operasi Zebra terhadap Citra Polri di Mata Masyarakat pada Brand24: Studi Respons Publik dan Kepatuhan Berkendara. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, *3*(5), 229-236.

Hermawan, I. (2021). *Pengaruh Pemutihan Sanksi Pajak, Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, dan Niat Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Empiris pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Bangli)* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).

Hidayah, A. N., & Puspitosari, I. (2024). Memahami perilaku kepatuhan pajak dengan persepsi teori atribusi. JIEF Journal of Islamic Economics and Finance, 4(1), 41–61. https://doi.org/10.28918/jief.v4i1.7286

Hikmah, H., Ratnawati, A. T., & Darmanto, S. (2024). Determinants of tax compliance behavior among central Java SMEs: The mediating role of intention to comply. *Journal of Accounting and Investment, 25*(1), 328–347. https://doi.org/10.18196/jai.v25i1.20226

Khan, M. A., & Tjaraka, H. (2024). *Tax justice and understanding: MSME compliance with Tax Regulation No. 55/2022 in Surabaya, Indonesia*. *Cogent Business & Management, 11*(1), 2396042. https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2396042

Manullang, M. U., & Khairudin. (2024). Analisis tax compliance behavior pendekatan theory of planned behavior. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 5(4), 1945–1952. https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.815

Muniroh, H. (2023). Pengaruh tingkat pendapatan, persepsi keadilan pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak umkm di Kabupaten Rembang. *Innovative: journal of social science research*, *3*(5), 6658-6669.

Novianty, N., & Yusri, Y. (2024). Pengaruh Tingkat Kepercayaan Dan Lingkungan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Dengan Niat Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, *4*(3), 2072-2079.

OECD. (2024). *OECD Survey on Drivers of Trust in Public Institutions – 2024 Results: Building Trust in a Complex Policy Environment*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/9a20554b-en

Priyastiwi, P., Dewi, M. C., & Sutriyono, A. E. (2023). Kepatuhan wajib pajak: Pengaruh tax knowledge dan mediasi persepsi keadilan pajak. Jurnal Ekonomi STIEP, 8(1). https://doi.org/10.54526/jes.v8i1.134

Ristiyana, R., Atichasari, A. S., & Andini, F. S. (2025). Taxpayer compliance: Subjective norms, perceptions of behavioral control, public trust, perceptions of tax fairness, and intent to comply. Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana, 11(2). https://doi.org/10.26486/jramb.v11i2.4572

Rizal, D. S. (2024). Pengaruh persepsi keadilan pajak terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (studi dengan penerapan PP Nomor 23 Tahun 2018 di Purwakarta). Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 13(1), 54–62. https://doi.org/10.34308/eqien.v13i01.1701

Stevani, S., & Sugara, K. (2026, March). Pengaruh Pengetahuan & Persepsi Keadilan Pajak Terhadap Niat Membayar Pajak Mahasiswa Di Palembang. In *MDP Student Conference* (Vol. 5, No. 1, pp. 119-126).

Sugiyono. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (edisi 30). Bandung: Alfabeta.