

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN HASIL DETEKSI PLAGIASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Batasan Penelitian	10
BAB 2 LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana)	12
2.1.2 Penggunaan Konten Digital	13
2.1.3 Pemahaman Media Digital	15
2.1.4 Intensitas Pelayanan Digital	15
2.1.5 Kesadaran Wajib Pajak	16
2.2 Tinjauan Empiris	17
2.3 Kerangka Konseptual	20
2.4 Hipotesis	20
2.4.1 Penggunaan Konten Digital Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	20
2.4.2 Pemahaman Media Digital Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	22
2.4.3 Intensitas Pelayanan Digital Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	23

BAB 3 METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Kriteria Responden	27
3.4 Jenis dan Sumber Data	28
3.5 Definisi Operasional Variabel	29
3.5.1 Variabel Independen	29
3.5.2 Variabel Dependen	31
3.6 Pengukuran Variabel Penelitian	32
3.7 Teknik Pengolahan Data	33
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif	33
3.7.2 Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	34
3.7.3 Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	35
3.7.4 Uji Hipotesis	36
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Analisis Deskriptif	37
4.1.1 Gambar Umum Objek Penelitian	37
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden	37
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas.....	38
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	39
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Dalam Mengakses Internet	40
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial yang Digunakan.....	40
4.2 Tanggapan Responden	41
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	42
4.3.1 Variabel Penggunaan Konten Digital (X1)	43
4.3.2 Variabel Pemahaman Media Digital (X2)	45
4.3.3 Variabel Intensitas Pelayanan Digital (X3)	47

4.3.4 Variabel Kesadaran Wajib Pajak (Y)	49
4.4 Analisis Data	51
4.4.1 Skema Model <i>Structural Equation Modelling–Partial Least Square</i>	52
4.4.2 Evaluasi Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	53
4.1.2.1 Uji Validitas.....	54
4.1.2.2 Uji Reliabilitas	55
4.4.3 Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	56
4.4.4 Uji Hipotesis	57
4.5 Pembahasan dan Hasil	59
4.5.1 Pengaruh Penggunaan Konten Digital (X1) terhadap Kesadaran Wajib Pajak (Y)	59
4.5.2 Pengaruh Pemahaman Media Digital (X2) terhadap Kesadaran Wajib Pajak (Y)	60
4.5.3 Pengaruh Intensitas Pelayanan Digital (X3) terhadap Kesadaran Wajib Pajak (Y)	61
BAB 5 PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	69
1. Kuisioner Penelitian	69
2. Hasil Olah Data	77
3. Hasil Analisis	89
BIODATA PENULIS.....	93