Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan
Volume. 3, Nomor. 4, November 2026
e-ISSN: 3046-8140; p-ISSN: 3046-8809, Hal. 89-104
DOI: https://doi.org/10.61132/jeap.v3i4.2635
Tersedia: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JEAP

Pengaruh Literasi Pajak dan Kesadaran Pajak terhadap Persepsi Generasi Z dalam Implementasi Pajak Pertambahan Nilai pada Aktivitas Belanja Harian di Kabupaten Bireuen

Ira Fazira
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Kebangsaan Indonesia, Indonesia
Penulis Korespondensi: Faziraira83@gmail.com

Abstract. *This study examines the influence of tax literacy and tax awareness on Generation Z's perceptions of the application of Value-Added Tax (VAT) in daily shopping activities in Bireuen Regency, Aceh Province. A quantitative associative approach was used with a sample of 100 Generation Z respondents determined using the Slovin formula from a population of 124,510 people. Data were collected through a closed-ended questionnaire distributed online and analyzed using multiple linear regression with the aid of SPSS software. The research instruments met the requirements for validity and reliability, while the classical assumption tests indicated that the regression model was free from issues of normality, multicollinearity, and heteroscedasticity. The results of the partial tests (t-tests) showed that tax literacy and tax awareness each had a positive and significant effect on Generation Z's perceptions, with tax awareness exhibiting a more dominant effect than tax literacy. The simultaneous test (F-test) confirms that both variables collectively and significantly influence perceptions, with an adjusted R squared value of 0.804, indicating that 80.4 percent of the variance in perceptions is explained by these two predictors. These findings imply that strengthening fiscal literacy and internal tax morality among young consumers is crucial for building constructive acceptance of VAT policies in the region.*

Keywords: *Generation Z; Perception; Tax Awareness; Tax Literacy; Value Added Tax.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi pajak dan kesadaran pajak terhadap persepsi Generasi Z mengenai penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dalam kegiatan belanja sehari-hari di Kabupaten Bireuen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan sampel sebanyak 100 responden Generasi Z, yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dari populasi sebanyak 124.510 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disebarkan secara daring dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Instrumen penelitian terbukti valid dan reliabel, sedangkan uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi bebas dari masalah normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa literasi pajak dan kesadaran pajak masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Generasi Z, dengan kesadaran pajak menunjukkan pengaruh yang lebih dominan daripada literasi pajak. Hasil uji simultan menegaskan bahwa kedua variabel tersebut secara kolektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi Generasi Z, dengan nilai R-kuadrat yang disesuaikan sebesar 0,804, yang menunjukkan bahwa 80,4 persen variasi dalam persepsi dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan literasi fiskal, dipadukan dengan kesadaran moral akan perpajakan di kalangan generasi muda, merupakan faktor kunci dalam menumbuhkan penerimaan yang konstruktif terhadap kebijakan PPN, khususnya di wilayah.

Kata Kunci: Generasi Z; Kesadaran Pajak; Literasi Pajak; Pajak Pertambahan Nilai; Persepsi.

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan instrumen fiskal utama yang mendukung pembiayaan pembangunan nasional dan penyediaan layanan publik guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu jenis pajak yang paling erat kaitannya dengan kegiatan ekonomi adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN), karena sifatnya sebagai pajak atas konsumsi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Dalam sistem perpajakan yang ideal, PPN tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan pemerintah, tetapi juga mencerminkan partisipasi aktif masyarakat dalam mendukung keberlanjutan fiskal (Afifah & Tannar, 2026).

Naskah Masuk: 28 Agustus 2026; Revisi: 24 September 2026; Diterima: 15 Oktober 2026; Terbit: 01 November 2026

Sejalan dengan prinsip penilaian sendiri, keterlibatan masyarakat dalam setiap transaksi pembelian menjadi bukti nyata kontribusi warga negara terhadap kas negara. Keberhasilan penerapan PPN sangat dipengaruhi oleh persepsi masyarakat sebagai konsumen akhir, dan persepsi ini tidak terbentuk secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh tingkat literasi pajak dan kepatuhan pajak masing-masing individu. Literasi pajak mencakup kemampuan untuk memahami peraturan dan mekanisme perpajakan(Bornman, M., & Ramutumbu, 2019) , sedangkan kepatuhan pajak mencerminkan komitmen moral untuk berkontribusi. Masyarakat yang memiliki pemahaman yang memadai cenderung mengevaluasi kebijakan fiskal termasuk penyesuaian tarif PPN sebesar 11% berdasarkan Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) secara lebih rasional, sehingga pajak tidak lagi dipandang sekadar sebagai biaya tambahan, melainkan sebagai investasi sosial demi kepentingan umum (Febrianti et al., 2025).

Dalam konteks demografis saat ini, Generasi Z telah muncul sebagai kelompok yang memainkan peran penting dalam aktivitas belanja sehari-hari. Tingkat konsumsi mereka yang tinggi baik melalui gerai ritel fisik maupun platform digital menjadikan kelompok ini sebagai konsumen yang paling sering dikenai PPN. Sifat kritis Generasi Z dan paparan mereka yang tinggi terhadap informasi berarti bahwa persepsi mereka terhadap pajak merupakan faktor kunci dalam membentuk masa depan kepatuhan pajak; oleh karena itu, menumbuhkan persepsi positif di kalangan generasi ini merupakan langkah strategis untuk memastikan stabilitas jangka panjang pendapatan pemerintah (Winarni et al., 2026; Saktyaningrum et al., 2025).

Namun, kondisi aktual di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara tingginya tingkat belanja konsumen dan tingkat literasi fiskal. Pengamatan awal yang dilakukan di Kabupaten Bireuen menunjukkan bahwa PPN yang tercantum pada struk sering kali dipandang sekadar sebagai faktor yang menaikkan harga barang, dan sebagian anggota Generasi Z di wilayah tersebut menunjukkan sikap apatis serta ketidakmampuan membedakan antara fluktuasi harga pasar dan penerapan PPN oleh pemerintah. Situasi ini menunjukkan bahwa literasi pajak praktis dalam konteks pengeluaran sehari-hari masih relatif terbatas, sehingga pajak belum dipahami sebagai kontribusi yang bermanfaat bagi daerah. Kesenjangan ini berpotensi menumbuhkan persepsi negatif terhadap kebijakan fiskal, terutama ketika banjir informasi di media sosial tidak diiringi dengan landasan pengetahuan perpajakan yang kokoh, dan diperparah oleh menurunnya kesadaran perpajakan yang berasal dari skeptisisme terhadap transparansi pengelolaan dana publik (Kristanti & Anggraeni, 2026).

Diskusi mengenai persepsi publik terhadap kebijakan fiskal telah banyak dibahas oleh para peneliti dalam beberapa tahun terakhir. Sustiyo dan Hidayat (2020) menekankan bahwa

literasi keuangan merupakan kunci untuk mengubah perilaku ekonomi, sementara Pratama dan Furqon (2024) menyoroti pentingnya rasa keadilan dalam membentuk persepsi terhadap pajak pertambahan nilai (PPN). Namun, terdapat inkonsistensi dalam temuan penelitian sebelumnya (celah penelitian), di mana beberapa studi menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kesadaran pajak secara signifikan memengaruhi persepsi masyarakat, sementara studi lain menunjukkan hasil yang tidak signifikan akibat skeptisisme masyarakat. Sebagian besar studi tersebut juga masih berfokus pada dinamika di kota-kota besar, sedangkan karakteristik khusus Generasi Z di daerah semi-perkotaan seperti Kabupaten Bireuen belum dieksplorasi secara mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan memaparkan realitas bagaimana generasi muda di wilayah-wilayah tersebut memandang kewajiban pajak sehari-hari mereka (Afifah & Tannar, 2026).

Selain literasi pajak, kesadaran pajak merupakan faktor krusial dalam menentukan bagaimana kebijakan fiskal diterima oleh masyarakat. Sementara literasi pajak berkaitan dengan pemahaman kognitif, kesadaran pajak lebih menekankan pada aspek afektif dan moral individu yakni, keadaan di mana individu memahami, menginternalisasi, dan bersedia memenuhi kewajiban pajaknya karena mereka memandang hal ini sebagai bentuk tanggung jawab terhadap negara. Bagi Generasi Z, pemahaman bahwa PPN yang mereka bayarkan saat berbelanja sehari-hari merupakan instrumen utama untuk mendanai fasilitas publik seperti infrastruktur digital dan pendidikan akan menumbuhkan persepsi yang lebih positif terhadap penerapan pajak tersebut. Sebaliknya, tanpa tingkat kesadaran yang tinggi, pajak hanya akan dipandang sebagai beban finansial yang mengurangi daya beli.

Mengingat keadaan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh literasi pajak dan kesadaran pajak baik secara individual maupun kolektif terhadap persepsi Generasi Z mengenai penerapan PPN dalam aktivitas belanja sehari-hari di Kabupaten Bireuen. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif di mana data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan kesimpulan yang valid mengenai faktor-faktor dominan yang membentuk persepsi Generasi Z, sehingga dapat menjadi landasan bagi otoritas perpajakan dan pemerintah daerah untuk merumuskan kebijakan pendidikan perpajakan yang lebih tepat sasaran dan relevan dengan karakteristik generasi muda.

2. KAJIAN TEORITIS

Model Perilaku Kepatuhan Pajak dan Teori Persepsi Konsumen

Studi mengenai kepatuhan pajak telah mengalami pergeseran paradigma yang signifikan, di mana fokus penelitian kini bergeser dari kepatuhan formal pelaku usaha ke perilaku fiskal konsumen akhir. Fenomena ini sangat relevan di era ekonomi digital, yang mendominasi pola belanja Generasi Z saat ini, karena masalah utama yang sering muncul adalah kesenjangan pemahaman yang menyebabkan PPN sering dipandang sebagai beban yang mengurangi daya beli, alih-alih sebagai kontribusi wajib kepada negara. Untuk mengkaji masalah ini, penelitian ini mengadopsi model perilaku kepatuhan pajak kontemporer berdasarkan kerangka kerja OECD (2023) dan penelitian oleh Ndung dan Methasari(2025). yang menekankan bahwa penerimaan pajak bukan sekadar masalah penegakan hukum, melainkan hasil dari proses kognitif dan afektif yang kompleks. Model ini secara khusus menyoroti interaksi antara literasi pajak faktor kognitif yang mencerminkan kemampuan individu untuk memahami hak dan kewajibannya dan kesadaran pajak aktor psikologis yang menyangkut aspek moral dan kepercayaan terhadap transparansi pengelolaan dana publik. Sebagaimana ditekankan oleh Putri dan Narsa (2022), kepercayaan terhadap keadilan sistem secara signifikan memengaruhi kesediaan untuk membayar pajak secara sukarela.

Di era ekonomi digital, yang mendominasi pola belanja Generasi Z, teori persepsi konsumen berperan sebagai landasan penting untuk mengkaji bagaimana PPN diproses dalam benak mereka. Menurut teori ini, individu secara aktif memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi dari lingkungan mereka untuk membentuk pemahaman; dalam konteks penelitian ini, pemberitahuan PPN yang muncul secara otomatis selama transaksi di platform digital berfungsi sebagai rangsangan yang ditafsirkan oleh Generasi Z sebagai konsumen akhir, sehingga persepsi yang dihasilkan apakah PPN dipandang sebagai beban atau sebagai kontribusi wajib berasal dari proses kognitif dan afektif yang kompleks. Proses kognitif ini sangat bergantung pada tingkat literasi pajak, sebagaimana dicatat oleh Sustiyo dan Hidayat (2020), yang menyatakan bahwa literasi merupakan kunci perubahan perilaku ekonomi, yang memungkinkan individu mengevaluasi kebijakan fiskal secara rasional, sementara aspek afektif, melalui kesadaran pajak, semakin memperkuat persepsi ini karena literasi yang tinggi diyakini menumbuhkan komitmen moral individu untuk memahami kewajiban pajak mereka (Bornman, M., & Ramutumbu, 2019). Sejalan dengan perspektif Schiffman dan Wisenblit (2019) mengenai perilaku konsumen, cara individu mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan digital mereka akan menentukan apakah mereka memandang PPN sebagai

kontribusi nyata bagi pembangunan nasional atau sekadar beban tambahan yang membuat harga barang menjadi lebih mahal.

Pajak Pertambahan Nilai dalam Era Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak objektif yang dikenakan atas konsumsi barang dan jasa, yang kini telah memasuki fase regulasi baru berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Era UU HPP menandai perubahan besar dalam kebijakan fiskal Indonesia, terutama melalui skema kenaikan tarif PPN secara bertahap yang dilakukan pemerintah (Kementerian Keuangan Republik Indonesia., 2021). Bagi Generasi Z, yang melakukan transaksi digital dalam volume tinggi, pemahaman tentang PPN sangatlah penting; oleh karena itu, variabel ini diukur melalui indikator-indikator seperti pemahaman terhadap tarif PPN yang berlaku, mekanisme pengenaan PPN pada transaksi e-commerce, serta kemampuan mengidentifikasi pajak dalam aktivitas belanja sehari-hari (Sustiyo, R. P., & Hidayat, 2020)

Hubungan antara era Undang-Undang HPP dan literasi pajak sangat erat, karena pengetahuan tentang fungsi fiskal dan kemampuan menghitung PPN secara mandiri merupakan kunci untuk memastikan Generasi Z tidak menjadi korban disinformasi terkait kenaikan harga; tanpa literasi yang memadai, penerapan tarif baru akan sulit diterima secara kognitif. Kebijakan pada era Undang-Undang HPP juga menguji kesadaran pajak Generasi Z melalui keyakinan mereka akan pentingnya kontribusi pajak bagi pembangunan serta tanggung jawab moral mereka sebagai warga negara(Wardani & Rumiyatun, 2017). Pada akhirnya, dinamika keseluruhan kerangka regulasi ini akan membentuk persepsi Generasi Z: jika indikator literasi dan kesadaran terpenuhi dengan baik, penerapan kenaikan tarif PPN tidak akan dipandang sebagai beban yang memberatkan, melainkan sebagai bagian dari upaya untuk mendukung stabilitas fiskal nasional.

Literasi Pajak

Literasi pajak merupakan landasan bagi individu untuk memahami hak dan kewajiban mereka dalam sistem perpajakan. Generasi Z, sebagai kelompok yang sangat aktif dalam transaksi konsumsi sehari-hari, memerlukan pemahaman teknis mengenai kebijakan perpajakan terkini, mengingat literasi terkait perubahan tarif pajak sangat penting agar masyarakat tidak salah menafsirkan kenaikan harga sebagai inflasi murni, melainkan sebagai penyesuaian regulasi. Pengetahuan ini sejalan dengan pandangan Yushita(2017) bahwa literasi perpajakan yang baik memungkinkan individu mengelola keuangan pribadi mereka secara lebih rasional dan bijaksana saat berhadapan dengan pajak konsumsi. Literasi berfungsi sebagai

filter kognitif yang memungkinkan Generasi Z memahami urgensi di balik pemungutan pajak, karena PPN merupakan pajak objektif yang bebannya ditanggung oleh konsumen akhir (pembayar pajak); pemahaman akan hal ini, menurut Bornman dan Ramutumbu (2019), akan memperkuat komitmen moral individu, sehingga meminimalkan resistensi terhadap pajak. Pada akhirnya, literasi pajak akan menentukan bagaimana persepsi Generasi Z terhadap otoritas pajak dan keadilan sistem perpajakan Indonesia terbentuk, karena melalui pemahaman yang komprehensif, individu dapat mengaitkan PPN yang mereka bayarkan dengan peran Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dalam menyediakan layanan publik.

Berdasarkan kerangka kerja yang dikembangkan oleh Bornman dan Ramutumbu (2019) mengenai literasi pajak di era ekonomi digital, literasi pajak tidak hanya diukur dari pengetahuan teoretis, tetapi juga dari kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengetahuan umum tentang perpajakan yaitu pemahaman dasar mengenai konsep pajak, subjek dan objek perpajakan, serta fungsi pajak sebagai sumber utama pendapatan pemerintah untuk membiayai layanan publik; pemahaman tentang peraturan dan tarif pajak, yaitu pemahaman mengenai ketentuan hukum yang berlaku, khususnya Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai (HPP) dan perubahan tarif PPN, sebagai dasar hukum penyesuaian harga barang; kemampuan menghitung pajak, yaitu keterampilan untuk secara mandiri memverifikasi atau menghitung jumlah PPN yang dikenakan pada setiap transaksi pembelian harian, baik pada struk fisik maupun faktur digital; kesadaran akan hak dan kewajiban, yaitu pemahaman mengenai peran sebagai konsumen akhir yang menanggung beban pajak sekaligus memiliki hak untuk memperoleh informasi perpajakan yang transparan; serta literasi fiskal digital, yaitu kemampuan untuk mengenali dan memahami jumlah PPN yang ditampilkan secara otomatis pada aplikasi belanja atau struk transaksi digital.

Kesadaran Pajak *(Tax Awareness)*

Kepatuhan pajak pada dasarnya merupakan cerminan perilaku moral warga negara dalam memenuhi kewajiban mereka kepada negara. Menurut Waluyo (2021), kepatuhan pajak adalah kondisi di mana wajib pajak memahami dan mematuhi peraturan perpajakan dengan sungguh-sungguh dan jujur suatu keharusan yang tak terelakkan untuk mendukung pembiayaan negara. Sejalan dengan hal tersebut, Jatmiko (2015) menjelaskan bahwa kesadaran pajak adalah pandangan dunia yang mencakup nilai-nilai dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak sesuai dengan aturan yang berlaku; dengan demikian, seseorang dikatakan memiliki tingkat kesadaran pajak yang tinggi jika ia mengakui kekuatan mengikat undang-undang perpajakan dan merasakan kewajiban moral untuk berkontribusi.

Bagi Generasi Z, hal ini sangat relevan karena mereka cenderung mengevaluasi setiap pengeluaran dengan cermat, sehingga kesadaran pajak menjadi faktor penentu apakah PPN dipandang sebagai beban atau sebagai bentuk partisipasi sosial. Muliari dan Setiawan (2021)menambahkan bahwa kesadaran pajak juga mencakup pemahaman tentang manfaat kolektif dari pajak; dengan demikian, wajib pajak dengan kesadaran pajak yang kuat akan memandang pembayaran pajak yang tepat sebagai cara untuk membantu menjaga stabilitas ekonomi dan mendukung pembangunan infrastruktur manfaat yang pada akhirnya akan mereka nikmati sendiri.

Hubungan antara literasi pajak dan kesadaran pajak bersifat linier: semakin sering seseorang terpapar informasi resmi, semakin tinggi kepekaannya terhadap peran pajak; pemahaman yang kokoh tentang perpajakan telah terbukti secara signifikan memperkuat kesadaran wajib pajak. Anggota Generasi Z dengan literasi pajak yang tinggi akan menyadari bahwa tarif PPN yang mereka lihat pada struk belanja diatur oleh Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai dan harus dipatuhi bukan sekadar pungutan yang menambah beban pengeluaran sehari-hari (Kementerian Keuangan Republik Indonesia., 2021). Kesadaran ini juga secara langsung memengaruhi persepsi mereka terhadap kebijakan pemerintah saat ini: ketika wajib pajak menyadari manfaat jangka panjang dari pajak, mereka cenderung mengevaluasi perubahan tarif secara lebih rasional (Kementerian Keuangan Republik Indonesia., 2022), sehingga kenaikan tarif PPN tidak dipandang sebagai ancaman finansial pribadi, melainkan sebagai langkah yang perlu diambil pemerintah untuk membiayai pengeluaran publik. Dari perspektif perilaku, kesadaran pajak juga mendorong Generasi Z untuk bersikap kritis terhadap transparansi transaksi; sejalan dengan pandangan Schiffman dan Wisenblit (2019), individu dengan kesadaran pajak yang tinggi merasa lebih nyaman berbelanja di penyedia layanan yang mencantumkan PPN secara resmi, karena hal ini memastikan bahwa pajak yang dibayarkan benar-benar disalurkan ke kas negara.

Indikator kesadaran pajak dalam penelitian ini dikembangkan berdasarkan dimensi yang diusulkan oleh Imania dan Sapari (2021), yaitu: pemahaman terhadap peraturan, di mana wajib pajak menyadari bahwa pajak ditetapkan oleh undang-undang dan bersifat wajib; kesadaran sebagai bentuk pengabdian, yaitu keyakinan bahwa membayar pajak termasuk PPN atas transaksi sehari-hari merupakan bentuk pengabdian kepada negara dan masyarakat; partisipasi dalam pembangunan, yaitu kesadaran bahwa pajak merupakan sumber pendanaan utama bagi pembangunan nasional, yang manfaatnya pada akhirnya akan dinikmati oleh masyarakat; kepekaan terhadap kerugian negara, yaitu pemahaman bahwa penggelapan pajak dapat merugikan kas negara dan menghambat program-program pemerintah; serta orientasi

terhadap kebaikan bersama, yaitu keyakinan bahwa pembayaran pajak yang tertib secara langsung berkontribusi pada kemajuan dan kesejahteraan masyarakat di masa depan. Dengan demikian, Generasi Z yang memiliki kesadaran pajak akan memandang kenaikan tarif PPN sebagai konsekuensi logis dari kebutuhan negara untuk menjaga stabilitas fiskal, sejalan dengan temuan Pratama dan Furqon (2024) bahwa tingkat kesadaran pajak yang tinggi menumbuhkan persepsi yang rasional dan mendukung terhadap kebijakan PPN dalam aktivitas belanja sehari-hari.

Persepsi Generasi Z dalam Implementasi PPN

Studi mengenai persepsi terhadap kebijakan perpajakan didasarkan pada kenyataan bahwa pajak merupakan tulang punggung pendapatan pemerintah (Indayani dkk.,2023), sementara penerapan Undang-Undang HPP yang secara bertahap menaikkan tarif PPN memiliki dampak signifikan terhadap Generasi Z, sebuah kelompok "digital natives" yang mendominasi transaksi di ekonomi kreatif namun sering kali menunjukkan tingkat kepatuhan yang tertinggal dibandingkan kecepatan mereka dalam mengadopsi teknologi (Jatmiko, Agus Nugroho, 2015). Persepsi Generasi Z terhadap penerapan PPN juga sangat dipengaruhi oleh kemudahan bertransaksi; Adha (2025) menemukan bahwa persepsi mengenai kemudahan menggunakan platform belanja digital memiliki efek positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menjelaskan mengapa Generasi Z cenderung terus berbelanja meskipun dikenakan PPN, selama proses transaksinya dianggap praktis dan efisien. Mengenai dampak kenaikan tarif PPN, Julito dan Ramadani (2024) menyatakan bahwa kenaikan tarif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di platform e-commerce, sementara Fauziah dan Sakinah (2025) mencatat bahwa meskipun konsumen muda memahami konsep PPN, persepsi mereka mengenai dampaknya terhadap belanja sehari-hari masih bervariasi dengan sebagian menerimanya secara terbuka dan sebagian lainnya mulai selektif dalam pembelian barang. Selain faktor perpajakan, rangsangan pemasaran digital juga memperkuat persepsi dan keputusan pembelian Generasi Z, karena promosi besar-besaran di media sosial sering mengalihkan perhatian konsumen dari beban PPN yang dikenakan, sehingga aktivitas belanja sehari-hari tetap tinggi.

Indikator persepsi Generasi Z terkait penerapan PPN yang digunakan dalam penelitian ini meliputi literasi fiskal digital kemampuan untuk mengenali dan memahami jumlah PPN yang ditampilkan secara otomatis pada aplikasi belanja atau struk transaksi digital; moralitas kontribusi keyakinan internal bahwa pajak yang dibayarkan melalui pengeluaran sehari-hari merupakan bentuk tanggung jawab moral terhadap pembangunan nasional; efisiensi sistem pembayaran, yang didefinisikan sebagai tingkat kemudahan dan kepraktisan proses

pemungutan pajak yang terintegrasi secara otomatis ke dalam sistem transaksi digital; adaptasi konsumsi, yang didefinisikan sebagai respons perilaku untuk tetap berbelanja sehari-hari meskipun terjadi penyesuaian harga akibat kenaikan tarif PPN; serta kepercayaan terhadap pihak berwenang, yang didefinisikan sebagai tingkat keyakinan bahwa dana pajak dikelola secara transparan dan bertanggung jawab oleh pemerintah. Dengan mengintegrasikan perspektif-perspektif mengenai perilaku konsumen dan etika perpajakan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran konkret mengenai bagaimana Generasi Z menyeimbangkan kebutuhan konsumsi sehari-hari dengan tanggung jawab mereka sebagai warga negara di tengah perubahan kebijakan tarif PPN.

Penelitian Terdahulu dan Hipotesis

Aurelia dkk. (2024) menemukan bahwa literasi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat kepatuhan pajak di kalangan Generasi Z. Argyanti dan Mardiana (2024) menunjukkan bahwa literasi pajak dan kesadaran pajak berkaitan dengan kepatuhan pajak. Pratama dan Furqon (2024) meneliti persepsi mahasiswa terhadap kebijakan kenaikan PPN, sedangkan Jarkoni (2025) menyoroti masalah terkait literasi pajak dan etika pajak dalam transaksi digital di kalangan Generasi Z. Putri dan Narsa (2022) juga mengidentifikasi literasi pajak, sosialisasi pajak, dan kesadaran pajak sebagai faktor kunci dalam konteks perilaku perpajakan Generasi Z.

Berdasarkan kerangka teoritis dan temuan penelitian sebelumnya, hipotesis pertama menyatakan bahwa literasi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Generasi Z mengenai penerapan PPN dalam aktivitas belanja sehari-hari. Hipotesis kedua menyatakan bahwa kesadaran perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Generasi Z mengenai penerapan PPN dalam aktivitas belanja sehari-hari. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa literasi perpajakan dan kesadaran perpajakan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Generasi Z mengenai penerapan PPN dalam aktivitas belanja sehari-hari**.**

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan kausal. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, pada bulan Februari 2026. Subjek penelitian adalah anggota Generasi Z yang tinggal di Kabupaten Bireuen dan pernah melakukan transaksi yang melibatkan PPN dalam kegiatan belanja sehari-hari mereka.Populasi penelitian terdiri dari individu Generasi Z di Kabupaten Bireuen. Berdasarkan data tahun 2025 dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bireuen yang digunakan dalam tesis ini, jumlah

populasi mencapai 124.510 orang (Badan Pusat Statistik, 2025). Sampel penelitian terdiri dari 100 responden. Responden dipilih menggunakan metode pengambilan sampel nonprobabilitas, dengan kriteria yaitu individu Generasi Z yang tinggal di Bireuen dan pernah melakukan transaksi terkait PPN dalam kegiatan belanja sehari-hari mereka. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang disebarkan secara daring melalui Google Forms.

Instrumen penelitian ini menggunakan skala Likert lima poin, berkisar dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Variabel literasi pajak (X1) diukur melalui pengetahuan dasar perpajakan, pemahaman mengenai tarif PPN, keterampilan menghitung PPN, pemahaman mengenai peran diri sebagai wajib pajak, serta literasi fiskal digital. Variabel kesadaran pajak (X2) diukur melalui pemahaman terhadap peraturan, pajak sebagai bentuk pelayanan publik, partisipasi dalam pembangunan, kepekaan terhadap kerugian negara, dan orientasi kesejahteraan. Variabel yang mengukur persepsi Generasi Z terkait penerapan PPN (Y) diukur melalui keadilan tarif, transparansi informasi, efisiensi sistem pembayaran, adaptasi pola konsumsi, dan kepercayaan terhadap pihak berwenang.Validasi instrumen menunjukkan bahwa semua item survei valid. Koefisien korelasi untuk setiap item lebih besar dari nilai minimum 0,195, dengan tingkat signifikansi 0,000. Keandalan instrumen juga terpenuhi karena nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel lebih besar dari 0,60. Nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel adalah 0,913 untuk literasi pajak, 0,925 untuk kesadaran pajak, dan 0,936 untuk persepsi Generasi Z mengenai penerapan PPN.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS. Model penelitian dinyatakan dalam persamaan $Y = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + e$. Dalam model ini, Y mewakili persepsi Generasi Z terhadap penerapan PPN, X1 mewakili literasi pajak, X2 mewakili kesadaran pajak, α adalah konstanta, $\beta1$ dan $\beta2$ adalah koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen, dan e adalah istilah kesalahan. Uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji-t untuk efek parsial, uji-F untuk efek simultan, dan koefisien determinasi untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden dan Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan secara daring dari 100 responden Generasi Z di Kabupaten Bireuen

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden.

Karakteristik	Kategori	Persentase(%)
Jenis kelamin	Laki-laki	32
Jenis kelamin	Perempuan	68
Tahun kelahiran	1997–2005	74
Tahun kelahiran	2006–2012	26
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	89
Pekerjaan	Karyawan/Pegawai Swasta	3
Pekerjaan	Wiraswasta	4

Sumber: SPSS v.27(Data diolah penulis, 2026)

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden perempuan merupakan kelompok terbesar, yaitu sebesar 68%. Berdasarkan pekerjaan, 89% responden adalah mahasiswa atau siswa sekolah menengah atas, sedangkan sisanya terdiri dari karyawan sektor swasta, responden yang menganggur atau saat ini tidak bekerja, serta wiraswasta. Komposisi ini menunjukkan bahwa sampel penelitian terutama mewakili Generasi Z, yang masih berada dalam sistem pendidikan.

Deskripsi Variabel Penelitian

Tabel 2. Deskripsi Variabel Penelitian (N = 100).

Variabel	Total Skor	Rata-rata
Literasi Pajak (X1)	40,95	4,10
Kesadaran Pajak (X2)	39,92	3,99
Persepsi Implementasi PPN (Y)	39,02	3,90

Sumber: SPSS v.27 (Data diolah penulis, 2026)

Hasil Pengujian Instrumen dan Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Pengujian Instrumen dan Asumsi Klasik.

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria
Literasi Pajak (X1)	0,913	> 0,60
Kesadaran Pajak (X2)	0,925	> 0,60
Persepsi Implementasi PPN (Y)	0,936	> 0,60

Sumber: SPSS v.27(Data diolah penulis, 2026)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 30 item memenuhi kriteria validitas, sedangkan Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki reliabilitas yang tinggi, karena nilai *Cronbach's alpha*-nya melebihi 0,60. Dengan demikian, instrumen ini layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Klasik.

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Literasi Pajak (X1)	0,913	> 0,60	Reliabel
Kesadaran Pajak (X2)	0,925	> 0,60	Reliabel
Persepsi Implementasi PPN (Y)	0,936	> 0,60	Reliabel

Normalitas	Titik residual mengikuti garis diagonal pada Normal P-P Plot	Asumsi klasik	Normal
Multikolinearitas X1	Tolerance 0,286; VIF 3,498	Asumsi klasik	Tidak terjadi multikolinearitas
Multikolinearitas X2	Tolerance 0,286; VIF 3,498	Asumsi klasik	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Penyebaran titik acak di atas dan di bawah 0	Asumsi klasik	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: SPSS v.27 (Data diolah penulis, 2026)

Tabel 4 Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 30 item memenuhi kriteria validitas, sedangkan Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki reliabilitas yang tinggi karena nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60. Dengan demikian, instrumen ini layak untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4 menunjukkan bahwa asumsi dasar model regresi terpenuhi. Pola residu pada Normal P-P Plot mengikuti garis diagonal; nilai toleransi sebesar 0,286 dan VIF sebesar 3,498 untuk kedua variabel independen menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas; dan diagram sebar tidak menunjukkan pola tertentu, yang mengindikasikan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi dan Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi.

Variabel	B	Beta	t	Sig.
Konstanta	-2,317	—	-1,055	0,294
Literasi Pajak (X1)	0,388	0,326	3,926	0,000
Kesadaran Pajak (X2)	0,638	0,606	7,293	0,000

Sumber: SPSS v.27(Data diolah penulis, 2026)

Berdasarkan Tabel 5, persamaan regresi yang diperoleh adalah Y = -2,317 + 0,388X1 + 0,638X2 + e. Koefisien positif untuk literasi pajak menunjukkan bahwa peningkatan literasi pajak berkaitan dengan peningkatan persepsi Generasi Z terhadap penerapan PPN. Koefisien positif untuk kesadaran pajak juga menunjukkan adanya hubungan langsung antara kesadaran pajak dan persepsi terhadap penerapan PPN. Pengaruh literasi pajak terhadap persepsi Generasi Z terbukti signifikan. Nilai t sebesar 3,926 dengan nilai p sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Temuan ini sejalan dengan Aurelia dkk. (2024), yang menyoroti pentingnya literasi pajak di kalangan Generasi Z dalam membentuk respons mereka terkait pajak. Hasil ini juga sejalan dengan Jarkoni (2015), yang menekankan isu literasi pajak dalam konteks transaksi digital.

Secara substansial, pemahaman mengenai fungsi pajak, tarif pajak, rincian PPN, dan posisi konsumen sebagai pembayar pajak dapat membantu responden menafsirkan PPN

berdasarkan informasi yang lebih memadai. Kesadaran pajak juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Generasi Z. Nilai t sebesar 7,293 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. Koefisien beta terstandarisasi sebesar 0,606 lebih besar daripada koefisien beta untuk literasi pajak, yaitu 0,326. Dalam model penelitian ini, kesadaran pajak berkontribusi relatif lebih besar terhadap variasi persepsi dibandingkan literasi pajak. Temuan ini sejalan dengan Argyanti dan Mardiana (2024), yang mengidentifikasi kesadaran pajak sebagai faktor kunci dalam perilaku perpajakan. Hasil ini juga memperkuat pandangan bahwa persepsi terhadap PPN tidak hanya dibentuk oleh kemampuan memahami aturan, tetapi juga oleh penerimaan moral terhadap peran pajak sebagai bentuk kontribusi.

Tabel 6. Koefisien Determinasi.

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
0,899	0,808	0,804	3,852

Sumber: SPSS v.27(Data diolah penulis, 2026)

Tabel 6 menunjukkan nilai R sebesar 0,899 dan R-kuadrat yang disesuaikan sebesar 0,804. Hal ini berarti bahwa literasi pajak dan kesadaran pajak secara bersama-sama menjelaskan 80,4% variasi dalam persepsi Generasi Z terhadap penerapan PPN, sedangkan 19,6% sisanya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Tabel 7. Hasil Uji F.

Model	F	Sig.	Keterangan
Regresi	204,648	0,000	Signifikan

Sumber: SPSS v.27(Data diolah penulis, 2026)

Berdasarkan Tabel 7 nilai F sebesar 204,648 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa literasi pajak dan kesadaran pajak secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi Generasi Z terhadap penerapan PPN. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa aspek kognitif pemahaman pajak dan aspek afektif kesadaran pajak bekerja sama dalam membentuk persepsi responden terhadap penerapan PPN dalam aktivitas belanja sehari-hari mereka.

Pengaruh Literasi Pajak terhadap terhadap Persepsi Generasi Z Dalam Implementasi Pajak Pertambahan Nilai Pada Aktivitas Belanja Harian

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Generasi Z mengenai penerapan PPN. Koefisien regresi sebesar 0,388 dan nilai t sebesar 3,926 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa peningkatan literasi pajak berkaitan dengan meningkatnya persepsi positif terhadap penerapan PPN. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan memahami informasi perpajakan dapat

membantu responden menafsirkan PPN secara lebih komprehensif, termasuk memahami fungsi pajak, peraturan yang berlaku, rincian pada bukti transaksi, serta peran konsumen sebagai pembayar pajak. Hasil ini sejalan dengan penelitian Aurelia dkk. (2024) dan sejalan dengan Jarkoni (2025), yang menyoroti pentingnya literasi pajak dalam konteks transaksi digital.

Pengaruh Kesadaran Pajak terhadap Persepsi Generasi Z Dalam Implementasi Pajak Pertambahan Nilai Pada Aktivitas Belanja Harian

Kesadaran pajak juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Generasi Z, dengan koefisien regresi sebesar 0,638, nilai t sebesar 7,293, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai beta terstandarisasi untuk kesadaran pajak, yaitu 0,606, lebih tinggi daripada nilai beta terstandarisasi untuk literasi pajak, yaitu 0,326. Perbedaan koefisien ini menunjukkan bahwa, dalam model penelitian ini, kesadaran pajak memberikan kontribusi yang relatif lebih besar terhadap variasi persepsi setelah kedua variabel dianalisis secara bersamaan. Secara konseptual, temuan ini masuk akal karena kesadaran tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan tentang aturan, tetapi juga dengan penerimaan individu terhadap fungsi dan tujuan pajak. Namun, penelitian ini tidak secara langsung mengukur moralitas atau rasa memiliki; oleh karena itu, penjelasan ini merupakan interpretasi konseptual, bukan bukti bahwa moralitas merupakan penyebab langsung dari koefisien yang lebih besar. Temuan ini sejalan dengan Argyanti dan Mardiana (2024) dan dapat dibaca bersamaan dengan Pratama dan Furqon (2024).

Pengaruh Literasi Pajak Dan Kesadaran Pajak terhadap Persepsi Generasi Z Dalam Implementasi Pajak Pertambahan Nilai Pada Aktivitas Belanja Harian

Secara bersamaan, literasi pajak dan kesadaran pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi Generasi Z. Nilai F sebesar 204,648 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama terkait dengan persepsi terhadap penerapan PPN. Nilai R-Square yang disesuaikan sebesar 0,804 menunjukkan bahwa 80,4% variasi persepsi dalam model dapat dijelaskan oleh literasi pajak dan kesadaran pajak, sedangkan 19,6% sisanya terkait dengan faktor-faktor lain di luar model. Temuan ini menunjukkan bahwa pendidikan pajak tidak hanya sekadar menyampaikan aturan teknis, tetapi juga mengaitkan informasi PPN dengan fungsi pajak dan pengalaman transaksi sehari-hari. Dalam konteks Kabupaten Bireuen, strategi komunikasi digital yang sederhana dan kontekstual dapat digunakan untuk menjelaskan informasi PPN pada struk, faktur, dan transaksi elektronik.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Generasi Z mengenai penerapan PPN dalam kegiatan belanja sehari-hari di Kabupaten Bireuen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t sebesar 3,926 dengan tingkat signifikansi 0,000. Kesadaran pajak juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi Generasi Z, dengan nilai t sebesar 7,293 dan tingkat signifikansi 0,000. Secara keseluruhan, literasi pajak dan kesadaran pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi Generasi Z, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai F sebesar 204,648 dan tingkat signifikansi 0,000. Nilai R-kuadrat yang disesuaikan sebesar 0,804 menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut menjelaskan 80,4% variasi dalam persepsi Generasi Z mengenai penerapan PPN.

Berdasarkan hasil ini, pendidikan perpajakan bagi Generasi Z sebaiknya difokuskan pada peningkatan pemahaman praktis mengenai PPN dalam transaksi sehari-hari, sekaligus meningkatkan kesadaran akan peran pajak dalam pembiayaan publik. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan geografis dan karakteristik demografis responden, serta memasukkan variabel-variabel lain yang berpotensi menjelaskan variasi persepsi sebesar 19,6% yang tidak tercakup dalam model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Argyanti, A. L., & Mardiana, A. (2024). Pengaruh Literasi Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Perpajakan Generasi Z pada Transaksi *E-Commerce*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah,* 19(1), 45–58.

Aurelia, A., Rahayu, S., & Kurniawan, A. (2024). Analisis Dampak Pengetahuan Perpajakan dan Persepsi Keadilan terhadap Kesadaran Wajib Pajak Generasi Z. *Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan*, 11(2), 112–125.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Bireuen. (2024). *Kabupaten Bireuen Dalam Angka 2024*. BPS Kabupaten Bireuen.

Direktorat Jenderal Pajak. (2021). *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP)*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jarkoni, J. (2015). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 4(8), 1–18.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022, 1 April). *Mulai 1 April 2022, Tarif PPN Menjadi 11 Persen*. Siaran Pers Resmi Kementerian Keuangan.

Pratama, R. A., & Furqon, M. (2024). Persepsi Generasi Z terhadap Penerapan Pajak Pertambahan Nilai pada Layanan Digital dan E-Commerce. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terapan*, 5(1), 77–89.

Resmi, S. (2019). *Perpajakan: Teori dan Kasus* (Edisi 11, Buku 1). Salemba Empat.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.

Winerungan, O. K. (2013). Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 960–970.

Afifah, N. F., & Tannar, O. (2026). Literatur review kepatuhan wajib pajak orang pribadi: Pengaruh literasi pajak, teknologi, dan CoreTax. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis, 3*(1). https://doi.org/10.61132/prosemnasimkb.v3i1.379

Febrianti, V., et al. (2025). Pengaruh kesadaran pajak dan implementasi sistem Samsat Drive Thru terhadap kepatuhan PKB roda dua di Samsat Jakarta Utara: Studi pada Generasi Z. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi, 5*(1). https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i1.2848

Kristanti, G. I., & Anggraeni, D. (2026). Pengaruh pemadanan NIK dan NPWP, literasi pajak, keadilan pajak, dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak di Kelurahan Grogol Utara tahun 2026. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi (JREA), 4*(1). https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v4i1.3747

Saktyaningrum, N. A., et al. (2025). Pengaruh pengetahuan literasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak hotel di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah, 2*(3). https://doi.org/10.61132/jpaes.v2i3.1325

Winarni, S., et al. (2026). Pengaruh pengetahuan, sosialisasi, dan reformasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak Generasi Z: Peran kesadaran wajib pajak sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan, 5*(2). https://doi.org/10.55606/jimak.v5i2.6540