DOI: 10.34007/ebmsj.v6i2.1199

Economics, Business and Management Science Journal

Available online: https://journal.mahesacenter.org/index.php/ebmsj

Diterima: 18 Juni 2026; Direview: 05 Juli 2026; Disetujui: 22 Juli 2026; Dipublish: 18 Agustus 2026

Pengaruh Kesadaran, Gaya Hidup, dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Niat Membayar Pajak Generasi Z

The Influence of Tax Awareness, Lifestyle, and Yax Socialization on Generation Z's Tax Payment Intention

Nayla Alexandra Gabriela Putri*, Lidia Agnesta Aga & Karina Putri Pramesti

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti Jakarta, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kesadaran pajak, gaya hidup, dan sosialisasi perpajakan terhadap niat membayar pajak pada Generasi Z di DKI Jakarta. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengkaji ketiga faktor tersebut secara simultan pada Generasi Z sebagai kelompok calon wajib pajak yang akan mendominasi penerimaan pajak di masa depan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 130 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda disertai uji asumsi klasik, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membayar pajak. Sebaliknya, gaya hidup dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar pajak Generasi Z. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap niat membayar pajak. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan sosialisasi perpajakan berbasis digital dan pengelolaan gaya hidup keuangan yang sehat merupakan strategi penting untuk meningkatkan niat kepatuhan pajak pada Generasi Z.

Kata Kunci: Kesadaran Pajak, Gaya Hidup, Sosialisasi Perpajakan, Niat Membayar Pajak, Generasi Z

Abstract

This study examines the influence of tax awareness, lifestyle, and tax socialization on Generation Z's intention to pay taxes in DKI Jakarta. The study contributes to the literature by simultaneously examining these three factors among Generation Z, a demographic expected to become the dominant group of future taxpayers. A quantitative survey approach was employed using data collected from 130 respondents selected through purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression, supported by classical assumption tests, t-tests, and F-tests. The findings indicate that tax awareness does not significantly affect the intention to pay taxes. In contrast, lifestyle and tax socialization have a positive and significant effect on Generation Z's intention to pay taxes. Collectively, the three independent variables significantly influence tax payment intention. These findings highlight the importance of strengthening digital tax socialization programs and promoting sound financial lifestyles to encourage future tax compliance among Generation Z.

***Keywords**: Tax Awareness, Lifestyle, Tax Socialization, Intention To Pay Taxes, Generation Z*

***How to Cite**:* Putri, N.A.G., Aga, L.A., & Pramesti, K.P. (2026), Analisis Faktor Kesadaran, Gaya Hidup dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Niat Membayar Pajak Generasi Z, *Economics, Business and Management Science Journal, 6(2) 2026: 140-149.*

**E-mail: 023002301048@std.trisakti.ac.id* *ISSN: 2775-3794*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara yang diperoleh dari wajib pajak untuk membiayai pembangunan nasional, infrastruktur, pendidikan, kesehatan, serta berbagai pengeluaran negara lainnya (Sihombing & Sibagariang, 2020). Pajak menjadi tulang punggung Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), sehingga partisipasi aktif masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakan menjadi faktor krusial dalam menjaga stabilitas dan kemandirian fiskal negara. Niat membayar pajak mencerminkan kesiapan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela, yang menjadi salah satu prasyarat tercapainya kepatuhan pajak dan keberlanjutan penerimaan negara.

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) sebagai landasan teoritis untuk menjelaskan niat membayar pajak. TPB menyatakan bahwa niat merupakan prediktor utama munculnya suatu perilaku dan dipengaruhi oleh tiga komponen, yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* (Widiawati, 2020). Dalam konteks penelitian ini, sikap terhadap perilaku tercermin pada kesadaran individu mengenai pentingnya membayar pajak, norma subjektif diwujudkan melalui sosialisasi perpajakan dari lingkungan maupun otoritas pajak, sedangkan *perceived behavioral control* berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengelola gaya hidup dan kondisi keuangannya (Maharriffyan & Oktaviani, 2021). Oleh karena itu, ketiga faktor tersebut diduga berperan dalam membentuk niat Generasi Z untuk memenuhi kewajiban perpajakan.

Fenomena kepatuhan pajak di Indonesia menunjukkan bahwa niat membayar pajak masih perlu ditingkatkan. Data Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menunjukkan bahwa dari 19,78 juta wajib pajak yang wajib menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan, target rasio kepatuhan formal sebesar 81,92% atau 16,21 juta SPT hanya terealisasi sebesar 71% atau 14,06 juta SPT hingga 1 Mei 2025. Kondisi tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan antara target dan realisasi kepatuhan pajak sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan niat masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Salah satu kelompok yang perlu mendapat perhatian adalah Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 dan mencapai sekitar 27,94% dari total populasi Indonesia (Karuni & Herawati, 2025). Sebagai generasi digital native, Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, antara lain lebih dekat dengan teknologi digital, media sosial, serta memiliki kecenderungan gaya hidup konsumtif. Di sisi lain, berkembangnya fenomena *gig economy* menyebabkan sebagian Generasi Z memperoleh pendapatan yang tidak tetap sehingga berpotensi memengaruhi kemampuan mereka dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Kondisi tersebut menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang penting untuk dikaji karena akan menjadi basis wajib pajak dominan pada masa mendatang.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa niat membayar pajak dipengaruhi oleh sejumlah faktor, di antaranya kesadaran pajak, gaya hidup, dan sosialisasi perpajakan. Kesadaran pajak menggambarkan kemauan individu untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela (Fatimah, 2020). Sementara itu, gaya hidup mencerminkan pola pengelolaan keuangan dan prioritas konsumsi yang dapat memengaruhi keputusan individu dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Di sisi lain, sosialisasi perpajakan berperan dalam meningkatkan pengetahuan serta pemahaman masyarakat mengenai hak dan kewajiban perpajakan melalui berbagai media komunikasi (Lestari et al., 2025).

Hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat maupun kepatuhan pajak masih menunjukkan temuan yang beragam. Effendi dan Yuliarini (2025) menemukan bahwa kesadaran, gaya hidup, dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan pajak Generasi Z. Sebaliknya, Siregar et al. (2025) melaporkan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan Pajak Bumi dan Bangunan. Selain itu, Oktaviani dan Kurniawati (2026) juga menemukan bahwa sosialisasi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan calon wajib pajak Generasi Z. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kesadaran, gaya hidup, dan sosialisasi perpajakan terhadap niat membayar pajak masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada konteks dan karakteristik responden yang berbeda.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya menguji pengaruh masing-masing faktor secara terpisah atau berfokus pada kepatuhan pajak, penelitian ini mengintegrasikan kesadaran pajak, gaya hidup, dan sosialisasi perpajakan dalam satu model untuk menjelaskan niat membayar pajak pada Generasi Z di DKI Jakarta. Penelitian ini juga menempatkan Generasi Z sebagai kelompok calon wajib pajak masa depan yang memiliki karakteristik digital native, pola konsumsi yang dinamis, serta kecenderungan memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam memperkaya literatur mengenai determinan niat membayar pajak pada generasi muda sekaligus menjadi dasar bagi penyusunan strategi edukasi perpajakan yang lebih efektif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran pajak, gaya hidup, dan sosialisasi perpajakan terhadap niat membayar pajak pada Generasi Z di DKI Jakarta. Secara khusus, penelitian ini menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan dalam menjelaskan niat membayar pajak sebagai salah satu determinan kepatuhan pajak di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif untuk menganalisis pengaruh kesadaran pajak, gaya hidup, dan sosialisasi perpajakan terhadap niat membayar pajak pada Generasi Z di DKI Jakarta. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner terstruktur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengujian hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik sehingga sesuai dengan tujuan penelitian yang menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2023).

Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di DKI Jakarta. Generasi Z dalam penelitian ini didefinisikan sebagai individu yang lahir pada tahun 1997–2012 (Badan Pusat Statistik, 2020). Mengingat jumlah populasi yang sangat besar serta tidak tersedianya kerangka sampel yang memuat seluruh anggota populasi, penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik ini dipilih karena peneliti hanya membutuhkan responden yang memenuhi karakteristik tertentu agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden meliputi: (1) berusia 18–28 tahun (lahir tahun 1997–2008); (2) telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP); (3) memiliki pengetahuan dasar mengenai perpajakan; dan (4) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Jumlah sampel minimum ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dengan *margin of error* sebesar 10%. Penggunaan tingkat kesalahan sebesar 10% dipertimbangkan karena penelitian ini bersifat survei eksploratif dengan populasi yang sangat besar serta keterbatasan waktu dan akses dalam memperoleh responden yang memenuhi seluruh kriteria penelitian. Tingkat kesalahan tersebut masih dapat diterima pada penelitian sosial untuk memperoleh gambaran umum mengenai hubungan antarvariabel (Sugiyono, 2023). Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh kebutuhan minimal sebanyak 100 responden, sedangkan penelitian ini berhasil mengumpulkan 130 kuesioner yang memenuhi kriteria sehingga jumlah sampel telah melampaui batas minimum yang dipersyaratkan.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen, yaitu kesadaran pajak (X_1), gaya hidup (X_2), dan sosialisasi perpajakan (X_3), serta satu variabel dependen yaitu niat membayar pajak (Y). Variabel kesadaran pajak diukur menggunakan enam indikator yang diadaptasi dari Oktaviani dan Kurniawati (2026), gaya hidup menggunakan lima indikator yang diadaptasi dari Effendi dan Yuliarini (2025), sedangkan sosialisasi perpajakan dan niat membayar pajak masing-masing diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari Sumule dan Erawati (2023). Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dengan korelasi *Pearson Product Moment*, di mana setiap butir pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai r-hitung > r-tabel pada taraf signifikansi 5%. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, dengan nilai ≥ 0,70 menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang baik (Ghozali, 2018). Sebelum pengujian hipotesis, model regresi terlebih dahulu memenuhi uji asumsi

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.

klasik yang meliputi uji normalitas menggunakan *Kolmogorov–Smirnov* dan grafik Normal *Probability Plot*, uji multikolinearitas menggunakan nilai *Tolerance* (>0,10) dan *Variance Inflation Factor (VIF)* (<10), serta uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *Scatterplot*. Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karasteristik Responden

Responden penelitian ini merupakan Gen z yang berusia 18 - 28 tahun yang berada di DKI Jakarta dan sudah memiliki penghasilan serta berpotensi sebagai wajib pajak dan memenuhi kriteria penelitian.

Tabel 1. Karakterisktik Responden

Variabel	Frekuensi	Presentase %
Jenis kelamin		
laki - laki	39	30%
perempuan	91	70%
Usia		
18 - 20 Tahun	18	13.85%
21 - 23 Tahun	79	60.77%
24 - 26 Tahun	25	19.23%
27 - 28 Tahun	8	6.15%
Pekerja saat ini		
Karyawan Swasta	58	44.60%
Freelancer	24	18.5%
Gig Worker	1	0.8%
Wirausaha	17	13.1%
Pegawai Kontrak	17	13.1%
Lainnya	13	10%
Rentang Pendapatan Perbulan		
1.000.000 - 3.000.000	46	35.4%
3.100.000 - 5.000.000	42	32.2%
5.100.000 - 7.000.000	23	17.7%
7.000.000 >	19	14.6%

Sumber: Data Primer , 2026

Pengumpulan data primer melalui instrumen kuesioner digital (*Google Form*) berhasil mendapatkan respons valid dari 130 responden Generasi Z di wilayah DKI Jakarta. Karakteristik demografis responden menunjukkan dominasi gender perempuan sebanyak 91 orang (70%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 39 orang (30%). Ditinjau dari aspek usia, responden mayoritas berada pada kelompok usia produktif awal, yakni usia 21–23 tahun sebanyak 79 orang (60,77%), diikuti kelompok usia 24–26 tahun sebanyak 25 orang (19,23%), usia 18–20 tahun sebanyak 18 orang (13,85%), dan usia 27–28 tahun sebanyak 8 orang (6,15%). Berdasarkan profil pekerjaan, mayoritas responden bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 58 orang (44,6%), disusul oleh *freelancer* sebanyak 24 orang (18,5%), wirausaha dan pegawai kontrak masing-masing sebanyak 17 orang (13,1%), serta kategori pekerja lainnya (10%) dan *gig worker* (0,8%). Dominasi pendapatan bulanan berada pada rentang Rp1.000.000 – Rp3.000.000 sebesar 35,4% dan rentang Rp3.100.000 – Rp5.000.000 sebesar 32,3%. Profil ekonomi ini mengindikasikan bahwa responden berada pada kelas pendapatan menengah bawah yang kepatuhannya dipengaruhi oleh kesederhanaan sistem pemotongan langsung oleh pemberi kerja (Kirchler, 2007).

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas data variabel Kesadaran (X1), Gaya Hidup (X2) dan Sosialisasi Perpajakan (X3) dengan 17 poin pernyataan kuesioner sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r table (df = 128)	Keterangan
Kesadaran (X1)	X1.1	0.590**	0.172	Valid
	X1.2	0.635**	0.172	Valid
	X1.3	0.594**	0.172	Valid
	X1.4	0.726**	0.172	Valid
	X1.5	0.614**	0.172	Valid
	X1.6	0.686**	0.172	Valid
Gaya Hidup (X2)	X2.1	0.587**	0.172	Valid
	X2.2	0.635**	0.172	Valid
	X2.3	0.677**	0.172	Valid
	X2.4	0.747**	0.172	Valid
	X2.5	0.719**	0.172	Valid
Sosialisasi Perpajakan (X3)	X3.1	0.607**	0.172	Valid
	X3.2	0.482**	0.172	Valid
	X3.3	0.679**	0.172	Valid
	X3.4	0.697**	0.172	Valid
	X3.5	0.711**	0.172	Valid
	X3.6	0.697**	0.172	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2026

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel (0,172), sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk penelitian sesuai dengan konsep yang hendak diukur. Dengan demikian, seluruh item layak digunakan pada tahap analisis berikutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang stabil. Instrumen dinyatakan reliabel apabila jawaban responden konsisten pada setiap item pernyataan. Adapun uji reabilitas yang hasilnya disajikan menggunakan tabel dibawah ini.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha		Hasil Reliabilitas Coefficient SPSS	Keterangan
Kesadaran (X1)	0,7	<	0,756	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,7	<	0,701	Reliabel
Sosialisasi Perpajakan (X3)	0,7	<	0,721	Reliabel
Niat Membayar Pajak (Y)	0,7	<	0,731	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2026

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang baik sehingga mampu menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Untuk melihat atau menguji apakah suatu model layak atau tidak digunakan dalam suatu penelitian maka dilakukan uji asumsi klasik. Uji ini ada beberapa yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Pengujian dilakukan dengan Kolmogorov-smirnov serta analisis grafik dan histogram, Apabila nilai signifikan kolmogorov-smirnov < 0,05 maka distribusi tidak normal, sebaliknya apabila nilai signifikansi kolmogorov-smirnov > 0,05 maka data terdistribusi tersebut normal. Gambar pengujian normalitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas (Uji Kolmogorov Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51201860
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.056
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

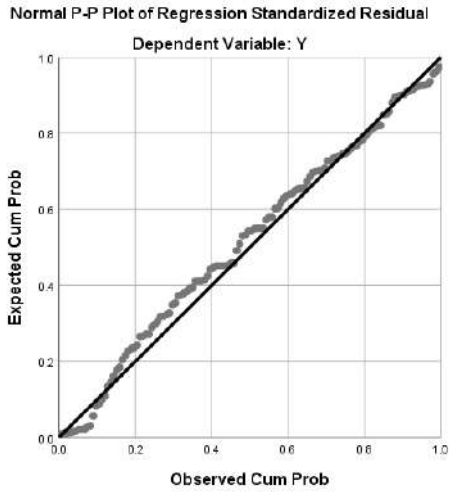
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Nilai signifikansi Kolmogorov–Smirnov sebesar 0,200 (>0,05) menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal. Temuan ini diperkuat oleh grafik Normal Probability Plot yang memperlihatkan sebaran titik mengikuti garis diagonal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Grafik Normalitas Data
Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS Versi 25 (2026)

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui atau menguji apakah dalam model regresi terdapat adanya korelasi atau hubungan antar variabel independen. Pada pengujian ini pengukuran yang dilakukan menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF), apabila nilai VIF $\leq$ 10 dan Tolerance $\geq$ 0,10, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinearitas ditunjukkan sebagai berikut:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.

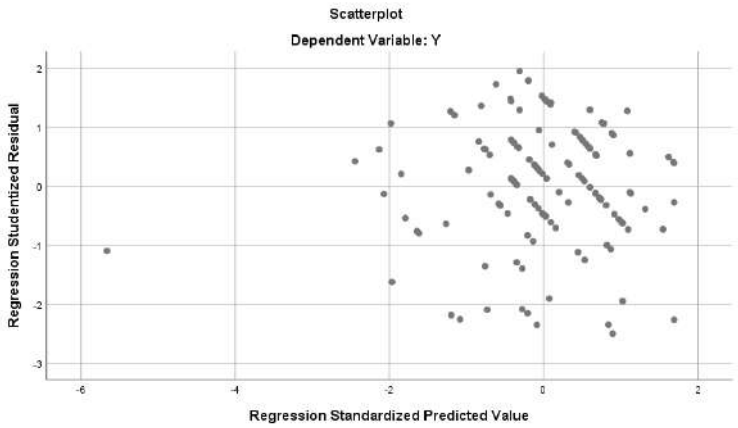
Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
Kesadaran (X1)	0.521	0.918	**Non Multikolinearitas**
Gaya Hidup (X2)	0.446	2.240	**Non Multikolinearitas**
Sosialisasi Perpajakan (X3)	0.436	2.292	**Non Multikolinearitas**

Bebas dari masalah multikolinearitas ditunjukkan dengan nilai *tolerance* seluruh variabel independen > 0,10 (X_1= 0,521; X_2= 0,446; X_3= 0,436) dan nilai VIF < 10 (X_1= 1,918; X_2= 2,240; X_3= 2,292). Maka, dapat dinyatakan bahwa dalam model penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas atau bebas multikolinearitas antara variabel bebas. Tidak ditemukannya multikolinearitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki informasi yang berbeda dalam menjelaskan variasi niat membayar pajak sehingga model regresi layak digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah sebuah uji yang dilakukan menggunakan analisis grafik.



Grafik *scatterplot* untuk uji heteroskedastisitas memperlihatkan titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 tanpa membentuk pola geometris tertentu, membuktikan terpenuhinya kondisi homoskedastisitas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan (homoskedastis), sehingga estimasi koefisien regresi tidak mengalami bias akibat heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan struktural: $Y = 0{,}026X_1 + 0{,}157X_2 + 0{,}685X_3$. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dan simultan (uji F) dipaparkan secara ringkas pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Ringkasan Hasil Uji t dan Uji F Model Regresi

Variabel Independen	Koefisien Regresi	Nilai t_{hitung}	Signifikansi (p)	Keterangan
Kesadaran Pajak (X_1)	0,026	0,374	0,709	Tidak Signifikan (H1 Ditolak)
Gaya Hidup (X_2)	0,157	2,068	0,041	Positif & Signifikan (H2 Diterima)
Sosialisasi Perpajakan (X_3)	0,685	8,913	0,000	Positif & Signifikan (H3 Diterima)
Uji F (Simultan)	F_{hitung} = 87,314		0,000	Signifikan (Model Fit)

Sumber Tabel : Data Primer diolah, 2026

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membayar pajak Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran mengenai pentingnya pajak belum cukup untuk mendorong munculnya niat membayar pajak apabila tidak diikuti oleh pengalaman, kewajiban nyata, maupun dorongan eksternal. Sebagian besar responden penelitian merupakan Generasi Z yang baru memasuki usia produktif sehingga belum seluruhnya memiliki pengalaman sebagai wajib pajak aktif. Akibatnya, kesadaran yang dimiliki masih berada pada tataran kognitif dan belum berkembang menjadi niat perilaku sebagaimana dijelaskan dalam Theory of Planned Behavior. Dalam TPB, sikap positif terhadap suatu perilaku tidak selalu menghasilkan niat apabila norma subjektif dan perceived behavioral control belum terbentuk secara kuat (Ajzen, 1991). Kondisi tersebut menjelaskan mengapa kesadaran pajak belum mampu menjadi determinan utama niat membayar pajak pada Generasi Z di DKI Jakarta. Temuan ini sejalan dengan Nolanda (2022), Imani et al. (2022), dan Salsabilla dan Budiman (2024), namun berbeda dengan Effendi dan Yuliarini (2025). Perbedaan hasil penelitian diduga dipengaruhi oleh karakteristik responden, tingkat pengalaman perpajakan, serta konteks wilayah penelitian yang berbeda.

Variabel Gaya Hidup (X_2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap niat membayar pajak ($t = 2{,}068, p = 0{,}041 < 0{,}05$), sehingga Hipotesis 2 diterima. Pola perilaku pengelolaan keuangan yang terencana serta melek terhadap integrasi teknologi finansial pada Generasi Z mampu mengarahkan kontrol perilaku mereka (*perceived behavioral control* dalam TPB) untuk tetap memprioritaskan kewajiban hukum perpajakan di tengah kepungan gaya hidup konsumtif. Temuan ini memperkuat riset Effendi dan Yuliarini (2025) serta F. Wulandari et al. (2026) mengenai pentingnya manajemen keuangan sehat atau *mental accounting* terhadap kepatuhan pajak. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan gaya hidup berhubungan dengan kemampuan individu dalam mengatur prioritas keuangan. Generasi Z yang mampu mengendalikan pola konsumsi cenderung memiliki ruang finansial yang lebih baik untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Dalam perspektif TPB, kondisi tersebut mencerminkan perceived behavioral control, yaitu keyakinan individu bahwa dirinya mampu melakukan suatu perilaku karena memiliki sumber daya dan kontrol yang memadai.

Faktor yang memiliki kontribusi paling dominan dalam model ini adalah Sosialisasi Perpajakan (X_3), dengan nilai t_{hitung} mencapai 8,913 dan koefisien regresi tertinggi sebesar 0,685 pada tingkat signifikansi ($p = 0{,}000 < 0{,}05$), sehingga Hipotesis 3 diterima. Bagi Generasi Z yang tumbuh sebagai *digital native*, paparan edukasi perpajakan yang dikemas kreatif lewat media digital (Instagram, TikTok, YouTube) berperan krusial sebagai norma subjektif eksternal yang memengaruhi niat mereka secara spontan. Sosialisasi yang komunikatif dari otoritas pajak mampu mendegradasi ketidaktahuan prosedur pembayaran, sehingga secara radikal meningkatkan niat kepatuhan pajak mereka. Dominannya pengaruh sosialisasi perpajakan menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan secara berkelanjutan melalui media digital mampu meningkatkan pemahaman sekaligus membentuk norma subjektif pada Generasi Z. Paparan informasi dari otoritas pajak, media sosial, maupun lingkungan sosial memberikan tekanan positif yang mendorong individu untuk memandang pembayaran pajak sebagai perilaku yang penting dan diharapkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, sosialisasi menjadi faktor yang paling kuat dalam membentuk niat membayar pajak dibandingkan kesadaran pribadi. Hasil riset ini mendukung temuan Spencer dan Sudjiman (2023), Adawiyah et al. (2023), serta Noval Efendi et al. (2026). Secara simultan ($F = 87{,}314, p = 0{,}000$), seluruh variabel independen bersinergi membentuk kecenderungan niat yang sangat kuat dalam pemenuhan kewajiban pajak di DKI Jakarta.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan faktor internal dalam membentuk niat membayar pajak Generasi Z. Kesadaran pajak sebagai faktor internal belum mampu mendorong niat secara signifikan, sedangkan sosialisasi perpajakan dan gaya hidup yang berkaitan dengan lingkungan sosial serta perilaku keuangan justru memberikan pengaruh yang lebih besar. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepatuhan pajak pada Generasi Z tidak cukup dilakukan melalui pendekatan moral atau penyadaran semata, tetapi perlu diimbangi dengan edukasi

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.

perpajakan yang intensif, pemanfaatan media digital, serta peningkatan literasi keuangan agar niat membayar pajak dapat terbentuk secara lebih kuat.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membayar pajak Generasi Z di DKI Jakarta. Sebaliknya, gaya hidup dan sosialisasi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan, dengan sosialisasi perpajakan sebagai faktor yang paling dominan. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap niat membayar pajak. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan niat membayar pajak pada Generasi Z perlu didukung melalui optimalisasi sosialisasi perpajakan berbasis digital dan penguatan literasi keuangan, tidak hanya melalui peningkatan kesadaran pajak. Penelitian ini hanya melibatkan responden Generasi Z di DKI Jakarta dengan teknik *purposive sampling*, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Selain itu, penelitian hanya mengkaji tiga variabel, yaitu kesadaran pajak, gaya hidup, dan sosialisasi perpajakan. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah, menggunakan teknik *probability sampling*, serta menambahkan variabel lain, seperti literasi perpajakan, kepercayaan kepada pemerintah, persepsi keadilan pajak, atau digitalisasi layanan perpajakan agar model penelitian menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, R. Rahmawati, Y. & Eprianto, I. (2023). Literature Review: Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Jurnal Economina. 2(9):2310–2321.

Adhitama, S. Johantri, B. & Keuangan Negara STAN, P. (2024). Era Baru Program Relawan Pajak: Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyuluhan Pajak. Jurnal Pengabdian Keuangan Negara. 1(1):15-28.

Amilia, N. A. Nurkamid, M. & Listyorini, T. (2021). Perancangan Dan Penerapan Sistem Penjualan Berbasis Web Pada Restoran Tengkleng Mbah Ninik. Jurnal Dialektika Informatika (Detika). 2(1):34–39.

Arikunto, S. (2002). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.

Cliford Djo, C. R. Ismail, M. & Susanti, M. (2024). Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Pajak Terhadap Kemauan Untuk Membayar Pajak. Jurnal Akuntansi. 17(1):45-56.

Effendi, H. & Yuliarini, S. (2025). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Gaya Hidup, Kesadaran Wajib Pajak Dan Sosialisasi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Gen Z. Economics, Business and Management Science Journal. 6(1):12-25.

Ernada, S. E. (2005). Challenges to The Modern Concept of Human Rights. J. Sosial-Politika. 6(11):1-12.

Fatimah, S. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran, dan Sanksi Pajak Terhadap Kemauan Membayar Pajak. Jurnal Ilmiah Akuntansi. 4(2):85-98.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Imani, M. F. Syariah, P. & Furqon, I. K. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Sanksi, Kesadaran dan Kualitas Pelayanan Petugas Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak. Jurnal Akuntansi Syariah. 2(1):53–72.

Karuni, P. & Herawati, N. (2025). Pengaruh Literasi Perpajakan, Love Of Money, dan Integritas Pribadi terhadap Niat Patuh Pajak pada Generasi Z sebagai Calon Wajib Pajak (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha). VJRA. 14(1):110-125.

Kirchler, E. (2007). The Economic Psychology of Tax Behaviour. Cambridge: Cambridge University Press.

Lestari, I. Kesuma, A. Nurhayati, N. & Rimbano, D. (2025). Pengaruh Sosialisasi Pajak, Kesadaran Wajib Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak. Jurnal Riset Perpajakan. 8(2):112-125.

Maharriffyan, M. & Oktaviani, R. M. (2021). Kajian Perilaku Pajak UMKM Dari Perspektif Theory of Planned Behavior. Jurnal Akuntansi Bisnis. 14(2):40-55.

Maulidyah, N. (2026). Pengaruh Kesadaran Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. 15(2):1-15.

Nolanda, J. (2022). The Effect of Awareness, Income Level, and Tax Sanctions on Individual Taxpayer Compliance During the Covid 19 Pandemic With Intentions To Pay Taxes As An Intervening Variable. International Journal of Accounting. 2(2):211–222.

Noval Efendi, A. Purnawan, F. Nyssa Sofiana, S. Cahya Pertiwi, T. & Linawati. (2026). Pengaruh Edukasi Perpajakan dan Sosialisasi Digital Untuk Meningkatkan Niat Patuh Pajak di Kalangan Gen-Z. Jurnal Manajemen Dan Bisnis. 5(1):30–35.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.

Oktaviani, N. & Kurniawati, L. (2026). Pengaruh Tax Morale, Kesadaran Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Calon Wajib Pajak Generasi Z. Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi. 9(1):117–126.

Rahayu, Y. N. (2022). Taxpayer Compliance Factors: Tax Awareness, Will, Socialization and Sanctions. Archives of Business Research. 10(9):1–13.

Salsabila, I. & Kurniawan, R. (2023). Pengaruh Tingkat Literasi Perpa-jakan, Persepsi Perpajakan, dan Digitalisasi Sistem Perpajakan Terhadap Niat Patuh Pajak Pada Generasi Z. Jurnal Akuntansi dan Keuangan. 10(2):145-158.

Salsabilla, R. S. & Budiman, S. A. (2024). Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Pelayanan Perpajakan, Persepsi Efektivitas Sistem Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Neraca Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi. 2(11):629–648.

Siadari, J. K. Zikriyah, S. & Adelia, G. (2026). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Literasi Digital Terhadap Pemahaman Pelaporan Pajak Pada Kalangan Gen Z. Jurnal Akuntansi dan Keuangan. 5(2):119–132.

Sihombing, S. & Sibagariang, S. A. (2020). Perpajakan (Teori dan Aplikasi). Sukabumi: Penerbit Widina.

Siregar, P. Situngkir, A. Sibarani, P. & Napitupulu, I. (2025). Pengaruh Kesadaran, Sanksi, dan Sosialisasi terhadap Kepatuhan Membayar PBB Pegawai Bank Sumut Medan. JAKP: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan. 8(2):85-98.

Spencer, J. A. & Sudjiman, P. E. (2023). Pengaruh Sosialisasi perpajakan terhadap Keinginan untuk Patuh Pajak dengan Pengetahuan Pajak sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA). 3(3):1015–1027.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sumule, K. & Erawati, T. (2023). Tax Morale Terhadap Niat Untuk Patuh Calon Wajib Pajak. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE). 11(3):273-285.

Wardani, D. Putry, N. & Dewi, F. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Kerahasiaan Terhadap Niat Membayar Pajak Menggunakan Pajakpay. Jurnal Akuntansi dan Keuangan. 23(1):44-55.

Widiawati, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus Of Control, Financial Self-Efficacy, dan Love Of Money Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi. Prisma: Jurnal Riset Akuntansi. 3(2):65-78.

Wulandari, F. Syahri Lubis, A. Ilham Fajar, R. & Ramadhania, S. (2026). Pengaruh Mental Accounting dan Literasi Perpajakan Terhadap Niat Patuh Pajak Pada Gen Z. Jurnal Ilmiah Manajemen. 5(2):201-215.

Wulandari, S. W. & Mubarakah, S. (2025). Pengaruh Sikap, Kesadaran Wajib Pajak dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar PBB. Jurnal Riset Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing. 3(1):1–11.

Wulandari, T. Rinaldi, M. & Anlikie, Y. (2022). The Influence of Taxpayer Knowledge, Tax Sanctions, and Taxpayer Awareness on the Willingness to Pay Taxes on Individual Taxpayers. Outline Journal of Management and Accounting. 1(2):80-92.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.