

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:13) mengungkapkan objek penelitian adalah atribut atau sifat atau nilai yang ditetapkan oleh peneliti yang berasal dari orang, obyek atau suatu kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan bertujuan untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. Objek penelitian yang terdapat pada penelitian ini adalah variabel independen Bisnis *E-commerce* sebagai  $X_1$ , Insentif Pajak sebagai  $X_2$  dan variabel dependen yaitu penerimaan pajak sebagai  $Y_2$  dengan variabel intervening yaitu Kepatuhan Wajib Pajak sebagai  $Y_1$ . Penelitian ini dilakukan di KPP Pratama Kota Bandung diantaranya KPP Pratama Cicadas, KPP Pratama Cibeunying, KPP Pratama Bojonagara dan KPP Pratama Tegallega.

Objek penelitian dalam ruang lingkup penelitian ini, mencakup dua variable bebas (independent), yaitu Bisnis *e-commerce* dan Insentif pajak, variabel intervening, yaitu Kepatuhan wajib pajak dan satu variable terikat (dependent) yaitu Penerimaan pajak. Yang menjadi objek dalam penelitian adalah wajib pajak orang pribadi UMKM. Wajib pajak orang pribadi UMKM adalah seseorang yang telah menerima dan/atau memperoleh penghasilan yang bersumber dari Indonesia atau melalui Badan Usaha Tetap (BUT) di Indonesia dan memiliki unit usaha mikro, kecil dan menengah.

#### 3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini jenis metode yang digunakan yakni penelitian eksplanasi atau *explanatory research*. Sugiyono (2013:6) mengungkapkan penelitian eksplanasi atau *explanatory research* merupakan penelitian yang menjelaskan kedudukan antar variabel-variabel yang diteliti serta hubungan variabel satu dengan yang lainnya melalui uji hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan kuantitatif merupakan

pendekatan untuk menguji teori objektif dengan menguji hubungan antar variabel. Variabel ini, pada gilirannya, dapat diukur dengan menggunakan instrumen, sehingga data jumlah dapat dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik (Creswell, 2014).

Penelitian dilaksanakan melalui survei yang dapat diartikan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Dalam penelitian survei data yang dipelajari adalah data yang berasal dari sampel atas populasi sehingga peneliti dapat menemukan kejadian yang distributive, relative dan hubungan antar variabel baik secara sosiologis maupun psikologis. Sampel tersebut dapat dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner atau angket.

### **3.2.1 Pendekatan Penelitian**

Desain penelitian merupakan kerangka yang didalamnya berisi penjelesan mengenai prosedur yang diperlukan secara terperinci untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam menemukan jawaban dan memecahkan masalah dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan objek atau subjek yang ada pada saat penelitian sedang dilakukan. Sedangkan penelitian verifikatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Berdasarkan definisi tersebut, metode deskriptif verifikatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mencari pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen dan menggambarkan keadaan objek atau subjek yang sebenarnya terjadi. Deskriptif merupakan metode penelitian yang meneliti status kelompok manusia, objek, sistem pemikiran atau peristiwa yang terjadi pada saat ini dengan tujuan membuat deskripsi secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta pengaruh dari fenomena yang diteliti.

Sedangkan verifikatif merupakan desain penelitian yang digunakan untuk meneliti ulang serta memverifikasi kebenaran hasil penelitian tersebut. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner kepada responden, hal ini dilakukan untuk mengungkapkan dan menjawab tujuan penelitian yang telah dirumuskan. Data primer merupakan data yang diperoleh pengumpul data yang diberikan oleh sumbernya langsung. Sehingga pada penelitian ini data primer didapatkan dengan penyebaran kuisisioner kepada responden yang dituju yaitu WPOP UMKM di KPP Pratama Kota Bandung.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Tabel operasional variabel merupakan tabel pembantu yang memudahkan peneliti dalam proses penelitian, yang didalamnya terdapat variabel yang diteliti, dimensi atau sub variabel yang terdapat pada variabel yang diteliti, indikator untuk mengukur variabel terkait, skala dari variabel dan item atau jumlah kuisisioner yang akan diberikan kepada responden. Sehingga dengan adanya tabel operasional variabel peneliti dapat melakukan pengujian hipotesis secara benar dan terorganisir. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan antara lain:

#### 3.2.2.1 Variabel Exogen

Variabel exogen atau *independent* merupakan variabel bebas yang biasanya mempengaruhi variabel endogen atau *dependent* atau terikat. Variabel exogen pada penelitian ini yaitu Bisnis *E-commerce* ( $X_1$ ) dan Insentif Pajak ( $X_2$ ).

##### 1) Bisnis *E-commerce* ( $X_1$ )

*E-Commerce* adalah merupakan media yang digunakan sebagai transmisi (telekomunikasi) yang didalamnya mencakup pertukaran, pembelian, dan penjualan suatu produk atau jasa yang menggunakan transportasi, baik secara fisik maupun digital dari

lokasi ke lokasi (Marilyn, 2002). Dalam variabel ini, peneliti menggunakan *Process* (*Marketing, Sales, dan Payment*), *Institution* (*Government dan Bank*), dan *Internet* (Wirdasari, 2009) sebagai indikator untuk mengukur penerapan manfaat *e-commerce* dalam suatu bisnis oleh pelaku UMKM.

## 2) Insentif Pajak ( $X_2$ )

Menurut *Black Law Dictionary* dalam Safrina (2020), insentif pajak merupakan sebuah penawaran dari pemerintah, melalui manfaat pajak, dalam suatu kegiatan tertentu, seperti kontribusi uang atau harta untuk kegiatan yang berkualitas. Insentif pajak yang diproksikan adalah insentif PPh final dari 0,5% menjadi 0% DTP bagi pelaku UMKM (PMK Nomor 86/PMK.03/2020). Variabel insentif pajak diukur dengan menggunakan dua indikator, yaitu Keadilan dalam Insentif Pajak dan Dampak dari Insentif Pajak (Latief et al., 2020).

### 3.2.2.2 Variabel Endogen

Variabel endogen atau *dependent* merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel exogen atau *independent* atau terikat. Variabel dependent dalam penelitian ini yaitu Penerimaan Pajak ( $Y_2$ ).

#### 1) Penerimaan Pajak ( $Y_2$ )

Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah penerimaan pajak. Penerimaan pajak merupakan gambaran partisipasi masyarakat dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan Negara, apabila kontribusi penerimaan pajak semakin besar terhadap pembangunan, hal tersebut berarti bahwa pajak yang telah dipungut dari masyarakat akan dikembalikan secara tidak langsung kepada masyarakat dalam bentuk penyediaan sarana dan prasarana publik, menyediakan

lapangan kerja, memberikan rasa aman dan nyaman (Mohammad Zain:2005). Fungsinya untuk pelaksanaan kegiatan pemerintahan, terutama untuk mencapai kemandirian dan keberlangsungan dalam membiayai pengeluaran yang semakin waktu bertambah besar. Penerimaan pajak dapat diketahui besar target dan realisasi pajak yang diterima atau diperoleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama terkait (Yulianto, 2009).

### 3.2.2.3 Variabel Mediator

Variabel mediator merupakan variabel penyela/antara yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung. Variabel mediator dalam penelitian ini yaitu Kepatuhan Wajib Pajak ( $Y_1$ ).

#### 1) Kepatuhan Wajib Pajak ( $Y_1$ )

Dalam penelitian ini variabel mediatornya adalah kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan wajib pajak ialah bentuk ketaatan Wajib Pajak memberikan sumbangan wajib kepada Negara atau Pemerintah dalam melaksanakan ketentuan perpajakan yang berlaku. Indikator yang mengukur wajib pajak agar dapat dikatakan patuh yaitu mendaftarkan diri sebagai wajib pajak secara sukarela ke Kantor Pelayanan Pajak, melakukan pembukuan atau pencatatan, menghitung pajak terutang dengan benar dan melakukan penyetoran tepat waktu, dan mengisi SPT sesuai peraturan perundang-undangan dan melaporkan tepat waktu (Febriyani dan Kusmuriyanto, 2015).

Berdasarkan definisi tersebut judul penelitian ini adalah Pengaruh Bisnis *E-commerce* dan Insentif Pajak terhadap Penerimaan Pajak pada Masa Pandemi

dengan Mediator Kepatuhan Wajib Pajak. Yang dapat disajikan dalam tabel operasional variabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

No.	Variabel	Konsep	Indikator	Skala	Item
1.	<b>Bisnis E-Commerce (X<sub>1</sub>)</b> (Wirdasari, 2009)	Mengukur perilaku pebisnis UMKM (wajib pajak) atas penerapan <i>e-commerce</i> dalam bisnisnya.	<i>Marketing:</i> Mengetahui konsep pemasaran <i>online</i> .	Ordinal	1,2,3,4
			<i>Sales:</i> Penjualan produk bisnis secara <i>online</i> .	Ordinal	5,6,7,8
			<i>Payment:</i> Konsep transaksi jual-beli produk.	Ordinal	9,10,11,12
			<i>Government:</i> Memahami kewajiban WP UMKM agar memenuhi peraturan.	Ordinal	13,14,15
			<i>Bank:</i> Memahami fungsi bank pada <i>e-commerce</i> .	Ordinal	16,17,18
			<i>Internet:</i> Memahami manfaat dari jaringan.	Ordinal	19,20
2.	<b>Insentif Pajak (X<sub>2</sub>)</b> (Latief et al., 2020)	Mengukur persepsi pebisnis (wajib pajak) mengenai diadakannya	Keadilan dalam Insentif Pajak: Pemahaman wajib pajak	Ordinal	1,2,3,4,5,6

Wanda Arsyia Salsabillah, 2022

**PENGARUH BISNIS E-COMMERCE DAN PEMBERIAN INSENTIF PAJAK TERHADAP PENERIMAAN PAJAK DENGAN MEDIATOR KEPATUHAN WAJIB PAJAK (STUDI KASUS WPOP TERDAFTAR DI KPP PRATAMA KOTA BANDUNG TAHUN 2020)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repositoryupi.edu | perpustakaan.upi.edu

		fasilitas insentif pajak bagi pegiat UMKM yaitu PPh UMKM DTP.	atas diterbitkannya insentif pajak		
			Dampak insentif pajak: Perilaku wajib pajak atas diterbitkannya insentif pajak	Ordinal	7,8,9,10,11
3.	<b>Penerimaan Pajak (Y<sub>2</sub>)</b>	Penerimaan pajak yang diterima KPP Pratama Kota Bandung atas penyetoran pajak terutang wajib pajak UMKM di masa pandemi	Persentase Realisasi PPh UMKM tahun 2020 atas Target penerimaan PPh UMKM tahun 2020	Rasio	-
4.	<b>Kepatuhan Wajib Pajak (Y<sub>1</sub>)</b>	Mengukur perilaku Wajib Pajak UMKM atas pemenuhan kewajiban perpajakan dan pelaksanaan hak perpajakannya.	Mendaftarkan diri	Ordinal	1
			Melakukan pencatatan dan pembukuan	Ordinal	2
			Menghitung pajak terutang dan penyetoran	Ordinal	3,4
			Mengisi SPT	Ordinal	5,6

Indikator-indikator tersebut selanjutnya akan diuraikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan dengan ukuran tertentu yang telah ditetapkan pada alternatif jawaban dalam kuesioner. Dalam operasional variabel ini untuk setiap variabel akan diukur oleh suatu instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Adapun pengertian skala likert merupakan skala yang diukur untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai fenomena sosial menurut (Sugiyono,

2013:136). Berdasarkan definisi tersebut, maka skala ordinal digunakan untuk memberikan informasi berupa peringkat atau nilai pada jawaban. Untuk menjawab variabel-variabel yang diteliti menggunakan kuisioner dengan skala ordinal yang memenuhi syarat tipe skala *likert*. Dengan skala *likert*, setiap jawaban diberikan skor yang mengharuskan responden dapat menggambarkan dan mendukung pernyataan sebagai berikut.

**Tabel 3.2 Skala *likert***

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat setuju/Selalu/Sangat Paham	5
2.	Setuju/Sering/Paham	4
3.	Netral/Kadang-kadang/Cukup Paham	3
4.	Tidak Setuju/Jarang/Kurang Paham	2
5.	Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah/Tidak Paham	1

(Sugiyono, 2019:147)

Untuk mengukur metode deskriptif menggunakan statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan tanpa membuat kesimpulan secara umum. Dalam penelitian ini statistik deskriptif dimaksudkan untuk mendeskripsikan sampel penelitian (Sugiyono, 2017, hlm. 140). Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, varian, dan sebagainya (Ghozali, 2018. hlm. 19). Menurut Rukajat (2018, hlm. 116) untuk mempermudah menyeragamkan penafsiran dalam pengambilan kesimpulan sementara pada hasil pengolahan data penelitian maka digunakan pengelompokan persentase sebagai berikut.

**Tabel 3.3**

**Kriteria Penilaian Jawaban**

Persentase	Penafsiran
------------	------------

Wanda Arsyia Salsabillah, 2022

*PENGARUH BISNIS E-COMMERCE DAN PEMBERIAN INSENTIF PAJAK TERHADAP PENERIMAAN PAJAK DENGAN MEDIATOR KEPATUHAN WAJIB PAJAK (STUDI KASUS WPOP TERDAFTAR DI KPP PRATAMA KOTA BANDUNG TAHUN 2020)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repositoryupi.edu | perpustakaan.upi.edu

0-20%	Sangat Buruk atau Sangat Rendah
21-40%	Buruk atau Rendah
41-60%	Cukup atau Sedang
61-80%	Baik atau Tinggi
81-100%	Sangat Baik atau Sangat Tinggi

Sumber: Rukajat (2018, hlm. 10)

### 3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:115). Berdasarkan pengertian tersebut maka penulis menetapkan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Cicadas, KPP Pratama Cibeunying, KPP Pratama Tegallega dan KPP Pratama Bojonagara. Untuk lebih jelasnya dijelaskan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.4 Deskripsi Populasi**

No.	Kantor Pelayanan Pajak	Jumlah WPOP
1.	KPP Pratama Cicadas	28.365
2.	KPP Pratama Cibeunying	34.078
3.	KPP Pratama Tegallega	27.971
4.	KPP Pratama Bojonagara	25.338
Jumlah		115.752

Sumber: KPP Pratama Kota Bandung

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili populasi. Adapun pengertian sampel menurut (Sugiyono, 2019:127) yaitu:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek”.

Teknik pengambilan sampel terbagi menjadi dua yaitu, *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan

pada penelitian ini adalah *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel Sugiyono (2013:120). Maka pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Menurut Sekaran (2006), *convenience sampling* adalah kumpulan informasi yang didapatkan dari anggota populasi yang bersedia dan mampu untuk memberikan informasi tersebut. Sehingga siapa saja dapat memberikan informasi termasuk dengan responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti namun dapat memberikan informasi yang cocok sebagai sumber data maka dapat dijadikan sebagai sampel penelitian.

Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel oleh peneliti adalah pendekatan Slovin, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sumber: Umi Narimawati (2010:38)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

Rumus tersebut dimasukkan angka-angka yang sesuai dengan data penelitian maka akan didapatkan jumlah sampel yang dibutuhkan. Besarnya sampel wajib pajak orang pribadi UMKM yang terdaftar pada KPP Pratama Kota Bandung yang dibutuhkan yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{115.752}{1 + 115.752(0.10)^2}$$

$$= 99,91 \sim 100$$

Jumlah sampel yang dibutuhkan dibulatkan menjadi 100 responden dan kuesioner disebarkan kepada wajib pajak orang pribadi UMKM sebanyak 100 responden yang terdaftar di KPP Pratama Cicadas, KPP Pratama Cibeunying, KPP Pratama Tegallega dan KPP Pratama Bojonagara.

**Tabel 3.5 Distribusi Sampel**

No.	Kantor Pelayanan Pajak	WPOP	Distribusi Sampel
1.	KPP Pratama Cicadas	28.365	$\frac{28.365}{115.752} \times 100 = 25$
2.	KPP Pratama Cibeunying	34.078	$\frac{34.078}{115.752} \times 100 = 29$
3.	KPP Pratama Tegallega	27.971	$\frac{27.971}{115.752} \times 100 = 24$
4.	KPP Pratama Bojonagara	25.338	$\frac{25.338}{115.752} \times 100 = 22$
Jumlah		115.752	100

*Sumber: Data diolah*

### 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Sehubungan dengan tingkat pengukuran untuk variabel Bisnis *E-commerce* ( $X_1$ ), Insentif Pajak ( $X_2$ ) dan Kepatuhan Wajib Pajak ( $Y_1$ ), dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal dan Penerimaan Pajak ( $Y_2$ ) berskala rasio. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Bandung. Untuk menunjang hasil penelitian, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 3.2.4.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respons sesuai permintaan pengguna (Arikunto, 2008:102).

Dalam penelitian ini kuesioner terbagi menjadi dua bagian, yaitu pertanyaan umum yang menyangkut identitas responden dan menggunakan metode terbuka, dan pertanyaan tertutup yang berkaitan dengan variabel penelitian secara online dengan menggunakan media *google form* dan responden diminta mengisi kolom atau tempat yang sesuai. Data yang diperoleh berupa data ordinal dan sejenisnya yaitu data *cross section* atau data yang diambil pada waktu itu saja. Teknik kuisisioner yang digunakan bersifat langsung dan tertutup yang merupakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden secara langsung dan responden diharuskan memilih jawaban yang sudah disediakan. Pengukuran skala kuisisioner menggunakan pengukuran skala ordinal dengan menggunakan tipe skala likert. Skala ordinal adalah skala pengukuran yang bukan hanya menyatakan berdasarkan kategori tetapi juga menyatakan peringkat *construct* diukur.

#### **3.2.4.2 Dokumentasi**

Metode ini berupa data tertulis yang dapat mendukung teori-teori yang mendasari penelitian, yang dapat dijadikan pedoman dalam melakukan analisis terhadap data dan informasi yang didapatkan dari KPP Pratama Kota Bandung. Dalam penelitian ini penulis menggunakan besaran target dan realisasi pajak UMKM yang telah diolah oleh KPP Pratama Cicadas, KPP Pratama Cibeunying, KPP Pratama Tegallega dan KPP Pratama Bojonagara pada tahun 2020.

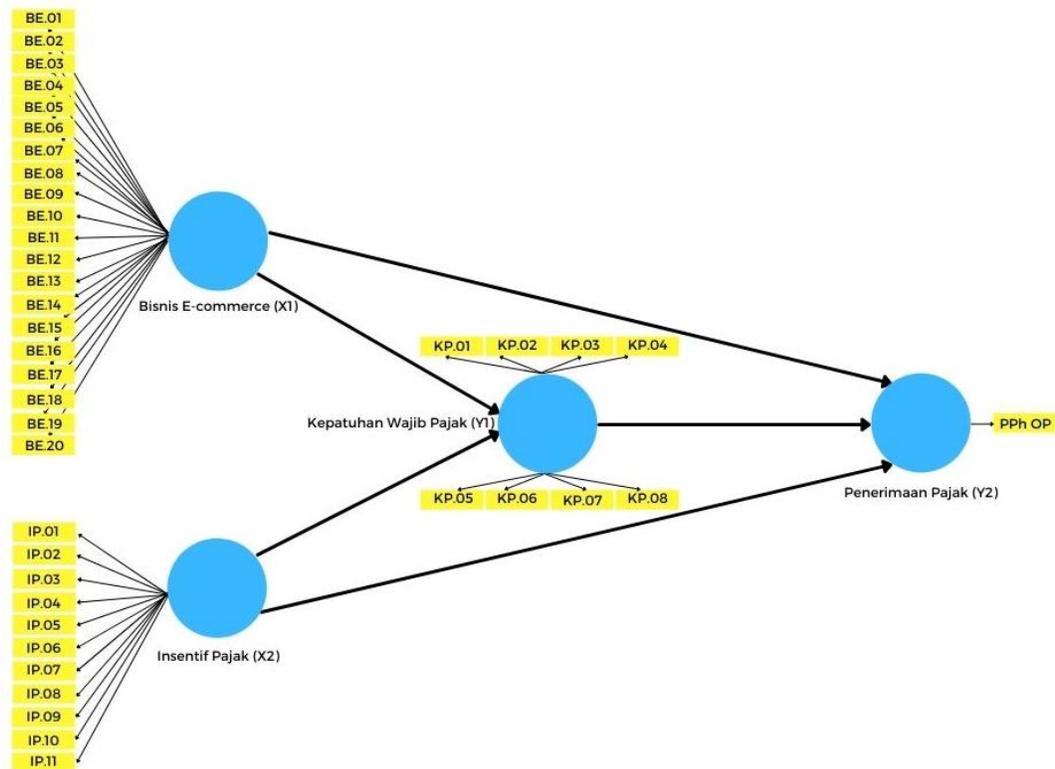
### **3.3 Teknik Analisis Data**

Analisis kuantitatif menurut Sugiyono (2010:31) menyatakan bahwa :

“Dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistic deskriptif dan inferensial/induktif. Statistik inferensial dapat berupa statistik parametris dan statistik nonparametris. Peneliti menggunakan statistik inferensial bila penelitian dilakukan pada sampel yang dilakukan secara random. Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data dapat berupa tabel, tabel distribusi

frekuensi, grafik garis, grafik batang, *piechart* (diagram lingkaran), dan *pictogram*. Pembahasan hasil penelitian merupakan penjelasan yang mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah disajikan.”

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM), proses analisa structural menggunakan software SmartPLS. Secara umum, *Partial Least Square* (PLS) sangat sesuai untuk memprediksi aplikasi dan membangun teori, menganalisis sampel berukuran kecil, dan menguji keseluruhan *fit model* (*goodness of fit*) dengan baik, hal ini berarti jumlah sampel dapat kecil yaitu dibawah 100 sampel, selain itu PLS dapat menganalisis model pengukuran reflektif dan formatif serta variabel laten dengan satu indikator tanpa menimbulkan identifikasi (Ghozali, 2008). Selain itu, PLS juga memiliki kelebihan dibanding regresi pada umumnya karena dapat menguji beberapa variabel sekaligus. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik yaitu, analisis deskriptif, pengujian *outer model*, pengujian *inner model*, dan pengujian hipotesis. Berikut model penelitian PLS yang digunakan dalam penelitian ini:



**Gambar 3.1 Struktur Model Penelitian**

### 3.3.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menguraikan data atas suatu kejadian yang telah dikumpulkan sebelumnya dengan apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019:226). Data tersebut berasal dari jawaban yang diberikan oleh responden atas item-item pertanyaan dalam kuisioner, yang kemudian data tersebut diolah peneliti dengan cara dikelompokkan dan ditabulasikan kemudian diberikan penjelasan. Didalam statistik deskriptif, penyajian data dapat melalui tabel, diagram lingkaran, grafik, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, penyebaran data melalui standar deviasi, dan perhitungan prosentase. Pengukuran

Wanda Arsyia Salsabillah, 2022

*PENGARUH BISNIS E-COMMERCE DAN PEMBERIAN INSENTIF PAJAK TERHADAP PENERIMAAN PAJAK DENGAN MEDIATOR KEPATUHAN WAJIB PAJAK (STUDI KASUS WPOP TERDAFTAR DI KPP PRATAMA KOTA BANDUNG TAHUN 2020)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repositoryupi.edu | perpustakaan.upi.edu

nilai mean, median dan modus merupakan pengukuran untuk mengukur tendensi pusat, sedangkan untuk mengukur bentuk menggunakan skewness dan kurtosis (Sugiyono, 2013).

### 3.3.3 *Partial Least Square (PLS)*

#### 3.3.3.1 *Pengujian Outer Model*

Instrumen penelitian harus memiliki kualitas yang sudah distandarkan dan sudah sesuai dengan kriteria teknik pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas dan reliabilitas instrument merupakan pengujian suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur. Guna mengetahui seberapa besar suatu alat ukur dapat dipercaya yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Yang bertujuan untuk mengetahui data-data mana saja yang valid atau tidak valid. Adapun nantinya data yang valid atau data yang reliable akan digunakan sebagai data penelitian.

##### 1) Uji Validitas

Validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan atau pernyataan benar-benar telah sah, penelitian dapat menetapkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang kita yakini dalam pengukuran. Validitas pengukuran terdiri atas validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen ditentukan menggunakan parameter *loading factor* dan nilai AVE (*Average Variance Extracted*). Terdapat dua kriteria untuk menilai apakah *outer model* (model pengukuran) memenuhi syarat validitas konvergen untuk konstruk reflektif, yaitu (1) *loading* harus di atas 0,7 dan (2) nilai p signifikan ( $<0,05$ ) (Mahfud dan Ratmono, 2013). Validitas diskriminan ditentukan dengan melihat *cross loading* dari setiap variabel dan dikategorikan memiliki validitas diskriminan apabila memiliki nilai *cross loading*

mencapai 0,7 (Mahfud dan Ratmono, 2013).

a) Validitas Konvergen

Validitas konvergen merupakan korelasi antara skor indikator dengan skor konstraknya. Model PLS-SEM memenuhi *convergent validity* apabila skor yang diperoleh dari dua instrument yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. Menurut W. Abdillah & Hartono (2015:195), uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dapat dinilai berdasarkan pada loading factor atau korelasi antara skor item atau skor komponen dengan skor konstruk indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Indikator dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai *Average Variance Extranced* (AVE) diatas 0.5 atau memperlihatkan keseluruhan outer loading dimensi variabel memiliki nilai loading >0.5 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pengukuran pengukuran tersebut telah memenuhi kriteria validitas konvergen (Ghozali, 2008).

b) Validitas Diskriminan

Pada validitas diskriminan digunakan nilai *cross loading*. Suatu indikator dikatakan diskriminan apabila nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya adalah terbesar dibandingkan terhadap variabel lainnya. Pada penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai loading factor 0,7 sudah cukup. Apabila nilai loading factor diatas 0,7 maka indikator dapat dianggap valid dan sebaliknya, apabila nilai loading faktor kurang dari 0,7 maka indikator akan dikeluarkan dari model.

## 2) Uji Reliabilitas

*Composite Reliability* menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dikatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability*  $>0,7$ . Pengujian reliabilitas juga dilihat dari nilai *cronbach's alpha* yang disajikan pada Tabel 3.5

**Tabel 3.6 Standar Penilaian Koefisien Reliabilitas**

<i>Reliability</i>	<i>Criteria</i>
$\alpha \geq 0,8$	<i>Excellent</i>
$0,9 > \alpha \geq 0,8$	<i>Good</i>
$0,8 > \alpha \geq 0,7$	<i>Good for practical use</i>
$0,7 > \alpha \geq 0,6$	<i>Acceptable</i>
$0,6 > \alpha \geq 0,5$	<i>Poor</i>
$0,5 \geq \alpha$	<i>Unacceptable</i>

(Otsetova, 2017)

### 3.3.3.2 Pengujian Inner Model

Pengujian *model structural* atau *inner model* dilakukan untuk menguji hipotesis antara variabel laten yang satu dengan variabel yang lain (Mahfud dan Ratmono, 2013). Model structural didalam PLS diukur dengan menggunakan *coefficient of determination* ( $R^2$ ) untuk variabel atau konstruk endogen dan *t-values* (nilai koefisien) tiap *path* untuk menguji tingkat signifikan antara konstruk dalam model struktural.

#### 1) *Coefficient of determination* ( $R^2$ )

Menurut W. Abdillah & Hartono (2015, bk. 197), menyatakan bahwa nilai koefisien pada konstruk disebut sebagai nilai  $R^2$  (*R-Square*) yang merupakan nilai yang digunakan dalam mengukur tingkat variasi perubahan pada variabel eksogen terhadap variabel endogen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.  $R^2$  dalam model PLS dapat

dievaluasi dengan melihat pada  $Q^2$  atau disebut *Q-square*. *Q-square* merupakan nilai yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Apabila nilai  $Q^2$  nilainya lebih besar daripada nol (0) hal ini menunjukkan bahwa model dalam penelitian kurang memiliki *predictive relevance*. Terdapat tiga nilai ukuran relative relevansi prediktif yakni  $Q^2$  0.02, 0.15 dan 0.35. angka-angka tersebut menunjukkan bahwa konstruk eksogen memiliki relevansi prediktif kecil, menengah atau besar untuk konstruk endogen tersebut.

## 2) *Path Coefficient*

Nilai pada *path coefficient* mencerminkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Menurut Abdillah (197), menyatakan bahwa *coefficient path* ditunjukkan oleh nilai t-statistic, nilai t-statistic harus mempunyai nilai lebih dari 1.96 untuk hipotesis dua ekor dan diatas 1,64 untuk hipotesis satu ekor untuk pengujian hipotesis pada *alpha 5%* dan *power 80%*.

### 3.3.4 Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat besarnya nilai t-statistics dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 95% ( $\alpha = 0.05$ ). Nilai pada t-table dengan tingkat signifikansi 95% adalah 1.96 maka penerimaan dan penolakan hipotesis mengacu pada nilai 1.96 yang berarti apabila t-table berada pada rentang -1.96 dan 1.96 maka hipotesis ditolak atau menerima hipotesis nol ( $H_0$ ). Apabila tingkat signifikansi yang digunakan 5% maka tingkat kepercayaan 0.05 untuk menolak suatu hipotesis. Berikut adalah yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan:

- Jika t statistik  $\geq 1,96$  maka  $H_0$  diterima
- Jika t statistik  $< 1,96$  maka  $H_0$  ditolak

Berikut ini merupakan hipotesis yang dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran dugaan penelitian yang terdiri dari tujuh hipotesis, yaitu:

- H<sub>1</sub>: Bisnis e-commerce berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di masa pandemi
- H<sub>2</sub>: Insentif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di masa pandemi
- H<sub>3</sub>: Bisnis e-commerce berpengaruh terhadap penerimaan pajak di masa pandemi
- H<sub>4</sub>: Insentif pajak berpengaruh terhadap penerimaan pajak di masa pandemi
- H<sub>5</sub>: Kepatuhan wajib pajak berpengaruh terhadap penerimaan pajak di masa pandemi
- H<sub>6</sub>: Bisnis e-commerce berpengaruh terhadap penerimaan pajak melalui kepatuhan wajib pajak di masa pandemi
- H<sub>7</sub>: Insentif pajak berpengaruh terhadap penerimaan pajak melalui kepatuhan wajib pajak di masa pandemi.

