

ANALISIS PERILAKU PATUH MEMBAYAR PAJAK PADA WAJIB PAJAK DI KABUPATEN PASAMAN BARAT DENGAN APLIKASI *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

Asraf

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pasaman Simpang Empat Pasaman Barat
Jln. Pujarahayu Ophir, 26368. Email : drsasraf@yahoo.co.id

Diterima 21 Maret 2015

Disetujui 4 Mei 2015

ABSTRAK

Tingkat kesadaran wajib pajak yang tinggi sangat penting didalam memaksimalkan penerimaan pajak pemerintah. Penelitian ini dilakukan dengan *mengaplikasikan theory of planned behavior* untuk meneliti perilaku patuh wajib pajak di Pasaman Barat guna memahami faktor-faktor yang mendorong mereka menunaikan kewajibannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh wajib pajak di Pasaman Barat. Hasil pengujian menunjukkan sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku patuh, sementara norma subjektif, sangsi hukum dan kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh signifikan. Sangsi hukum merupakan variabel paling berpengaruh terhadap niat dan perilaku patuh wajib pajak. Penelitian ini memberikan makna bahwa kepatuhan membayar pajak bukan karena mereka memiliki sikap yang positif dengan kewajiban membayar pajak, akan tetapi ancaman sangsi hukum merupakan pendorong utama. Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi institusi pajak khususnya di Pasaman Barat, untuk meningkatkan target penerimaan pajak dalam jangka pendek dapat melalui pendekatan hukum. Namun untuk jangka panjang, tingkat kesadaran para wajib pajak perlu dibangun bukan hanya dengan penyuluhan saja tapi perlu sikap konsekwen dari aparat pajak agar dalam pelayanannya senantiasa mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersih.

Kata kunci : Perilaku patuh, niat, sikap, norma subjektif, sangsi hukum dan control perilaku dipersepsikan.

ABSTRACT

The awareness of tax payer very important to maximizing government tax revenue. This research was conducted by applying the theory of planned behavior to investigate the behavior of tax payers in West Pasaman in order to understand the factors that drive them to fulfill their obligations. The study population was all tax payers in West Pasaman. The test results showed that attitude is not significant effect on intention and behavior, while subjective norms, legal sanctions and perceived behavioral control have a significant effect. Legal sanctions is the most influential variable on the intention and behavior. So, it's meaning that obligation to pay the tax isn't the impact of a positive attitude, but the threat of legal sanctions are key drivers. The results provide the practical implications for the tax institutions, especially in West Pasaman, to increase the tax revenue in the short term can through legal approach. But for the long term, the level of awareness of the tax payers must be develop and need a consistent attitude of the tax authorities as a clean government.

Keywords : Behavior, intention, attitude, subjective norm, legal sanctions and perceived behavioral control.

PENDAHULUAN

Penerimaan pajak merupakan salah satu sumber dana utama bagi anggaran Pemerintah. Berbagai upaya telah dilakukan untuk menggenjot penerimaan pajak agar target penerimaan didalam

setiap anggaran tercapai. Bagaimana sesungguhnya tingkat kesadaran wajib pajak didalam memenuhi kewajibannya dan faktor apa sesungguhnya yang mendorong wajib pajak untuk tetap membayar pajak perlu ditelaah lebih mendalam agar didalam menyusun program dalam rangka upaya

meningkatkan kesadaran wajib pajak dapat terselenggara dengan benar tepat sasaran. Apakah slogan-slogan rayuan yang banyak terpampang ditempat-tempat strategis cukup efektif mengangkat kesadaran warga masyarakat untuk membayar pajak? Adakah perilaku sangat tidak terpuji yang dilakukan oknum petugas pajak yang memperkaya diri sendiri berpengaruh terhadap tingkat perilaku kesadaran wajib pajak? Itulah diantara pertanyaan yang hendak dijawab didalam penelitian ini.

Penelitian terhadap perilaku wajib pajak di Pasaman Barat dilakukan dengan mengaplikasikan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1988). Oleh sebab itu dengan mengacu pada teori ini maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat wajib pajak di Pasaman Barat untuk berperilaku patuh membayar pajak?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat wajib pajak di Pasaman Barat untuk berperilaku patuh membayar pajak?
3. Apakah kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat wajib pajak di Pasaman Barat untuk berperilaku patuh membayar pajak?
4. Apakah kontrol perilaku yang dipersepsikan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku patuh wajib pajak di Pasaman Barat tanpa melalui niat?
5. Apakah niat memediasi pengaruh kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap perilaku patuh wajib pajak di Pasaman Barat?

Manfaat penelitian ini selain menambah referensi hasil penelitian tentang perilaku dan pembuktian *Theory of Planned Behavior* secara empiris, juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi institusi pajak dalam mengembangkan program peningkatan kesadaran wajib pajak demi pencapaian target-target penerimaan pajak.

Populasi dari penelitian ini adalah wajib pajak di Pasaman Barat. Karena jumlahnya tidak diketahui maka jumlah sampel ditetapkan berdasarkan teori Maholtra yaitu 4 atau 5 kali jumlah instrumen penelitian. Karena jumlah instrumen sebanyak 26 item maka jumlah sampel adalah $4 \times 26 = 104$ orang. Responden ditentukan berdasarkan insidental yakni siapa saja wajib pajak di Pasaman Barat yang ditemui, dijadikan responden.

Sebagaimana pernah kami kemukakan sebelumnya bahwa perilaku konsumen bukanlah

masalah yang sederhana. Seringkali keputusan untuk berperilaku tidak diduga-duga. Sebuah niat belum tentu berakhir dengan perilaku. Tidak jarang suatu rencana atau niat berubah pada detik-detik terakhir. Dari sini dapat tergambar bahwa ada jarak antara niat dengan perilaku. Meskipun demikian Ajzen (1988) berpendapat bahwa niat berperilaku memiliki korelasi yang tinggi dengan perilaku. Atas dasar pendapat itu beliau membuat formula hubungan antara niat berperilaku (BI) dengan perilaku (B) sebagai : $BI \approx B$.

Berdasarkan pandangan tersebut maka penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *theory of planned behavior* yang dikembangkan Ajzen (1988) yang mencoba menganalisis bagaimana perilaku patuh wajib pajak di Pasaman Barat.

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior

Sebagai mana pernah kami kemukakan dalam tulisan kami terdahulu menyangkut landasan teori yang mendukung aplikasi *Theory of Planned Behavior* dalam penelitian kami terdahulu, maka pada tulisan kami ini kami kemukakan lagi keterangan-keterangan sebagai berikut :"

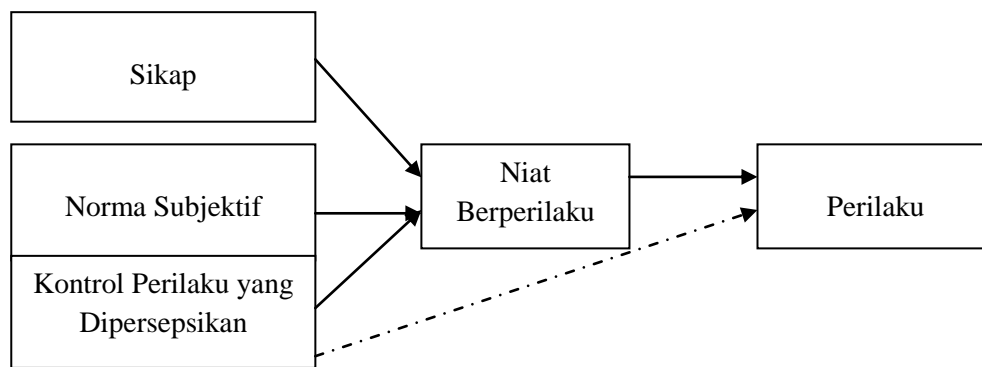
Theory of Planned Behavior

Pada awalnya Ajzen dan Fishbein (1975) memperkenalkan *theory of reasoned action* yang meyakini bahwa manusia pada umumnya menggunakan rasionalitas dan informasi secara sistematis didalam melakukan tindakan. Implikasi atau akibat-akibat dari perilaku akan dipertimbangkan terlebih dulu sebelum memutuskan untuk melakukan perilaku atau tidak melakukan perilaku. Menurut Eagly & Chaiken, (1993), perilaku ini merupakan sebuah perilaku *volitional*, yaitu perilaku yang dilakukan orang karena mereka telah memutuskan untuk berperilaku. Dalam *theory of reasoned action*, niat (*intention*) merupakan fungsi dari dua determinan dasar, yaitu determinan internal pribadi dan determinan eksternal atau pengaruh sosial. Determinan internal pribadi atau diri pribadi merupakan sikap seseorang yang melatar belakangi suatu perilakunya. Sedangkan determinan eksternal berupa pengaruh sosial merupakan persepsi seseorang mengenai pengaruh lingkungan sosialnya berkenaan dengan perilakunya apakah akan melakukan suatu perilaku atau tidak melakukannya. Keyakinan atau asumsi lainnya adalah perilaku umumnya secara sadar berada dalam control individu yang bersangkutan. Sedangkan determinan langsung dari perilaku adalah niat atau *intention* dari pribadi untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.

Ajzen (1988) yang mengembangkan *theory of planned behavior* menganggap bahwa teori *theory of reasoned action* belum menjelaskan mengenai perilaku yang tidak dapat dikendalikan sepenuhnya oleh individu yang dianggap sebagai kekuatan atau sumber daya yang juga dibutuhkan dalam melakukan perilaku. Itulah sebabnya sehingga dalam rangka pengembangan teori sebelumnya Ajzen menambahkan sebuah determinan lagi, yaitu *perceived behavioral control* atau control perilaku yang dipersepsikan. Determinan ini berkenaan dengan persepsi tentang mudah atau tidaknya suatu perilaku untuk dilakukan. Dengan demikian dalam *theory of*

planned behavior niat untuk berperilaku atau *intention* dipengaruhi oleh tiga variabel yaitu sikap dan norma subjektif, serta *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku yang dipersepsikan (Ajzen, 1988). Sedangkan determinan langsung dari perilaku, seperti halnya *theory of reasoned action*, adalah niat atau *intention*. Namun demikian menurut Ajzen (1988), *perceived behavior control* dapat mempengaruhi langsung perilaku tanpa melalui niat. Secara skematis *theory of planned behavior* dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1 : Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1988)



Niat Berprilaku (*Behavioral Intention*)

Menurut Ajzen (1988) niat merupakan indikasi seberapa kuat keyakinan seseorang akan mencoba suatu perilaku, dan seberapa besar usaha yang akan digunakan untuk melakukan sebuah perilaku. Selanjutnya beliau mengatakan bahwa Niat merupakan faktor motivasional yang memiliki dampak pada perilaku, sehingga orang dapat mengharapkan orang lain berbuat sesuatu berdasarkan intensinya. Ajzen (1988) juga meyakini bahwa niat memiliki korelasi yang tinggi dengan perilaku, oleh karena itu dapat digunakan untuk meramalkan perilaku. Menurut *theory of planned behavior*, niat memiliki 3 determinan atau dipengaruhi 3 variabel, yaitu: sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (Ajzen, 1988). Sehingga teori tersebut dapat diformulakan dengan rumus sebagai berikut :

$$B \approx BI = w_1 (Ab) + w_2 (SN) + w_3 (PBC)$$

B : perilaku (*behavior*)

- BI : niat berperilaku (*behavioral intention*)
- w_1, w_2 : bobot regresional untuk masing-masing variabel
- Ab : sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*)
- SN : norma subyektif (*subjective norms*)
- PBC : control perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*)

Sikap

Menurut Kotler (2000) Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap beberapa obyek atau gagasan. Memahami bagaimana sikap dibentuk dan bagaimana sikap telah mempengaruhi konsumen merupakan unsur penting bagi suksesnya program pemasaran perusahaan.

Menurut Eagly dan Chaiken (1993) sikap sebagai kecenderungan psikologis yang diekspresikan dengan mengevaluasi suatu entitas dalam derajat suka dan tidak suka. Sikap dipandang sebagai sesuatu yang afektif atau evaluatif. Sedangkan menurut Ajzen (1988) sikap merupakan besarnya perasaan positif atau negatif terhadap suatu obyek.

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), sikap ditentukan oleh *belief*, sedangkan *belief* merepresentasikan pengetahuan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, dimana *belief* menghubungkan suatu objek dengan beberapa atribut. Selanjutnya dikatakan bahwa sikap seseorang terhadap suatu objek sikap dapat diestimasi dengan menjumlahkan hasil kali antara evaluasi terhadap atribut yang diasosiasikan pada objek sikap (*belief evaluation*) dengan probabilitas subyektifnya bahwa suatu objek memiliki atau tidak memiliki atribut tersebut (*behavioral belief*). Maka sikap dapat dirumuskan demikian:

$$Ab = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

- Ab : sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*)
 n : jumlah keyakinan yang menonjol dalam hubungannya dengan perilaku
 i : konsekuensi perilaku
 b_i : keyakinan berperilaku berakibat i (*behavioral belief*)
 e_i : evaluasi konsekuensi i (*evaluation of consequences*)

Menurut Loudon dan Delbitta (1993), sikap merupakan studi yang sangat penting dalam bidang perilaku konsumen. Empat konsep definisi sikap adalah:

- 1) Sikap adalah sejauh mana perasaan seseorang terhadap suatu obyek: negatif atau positif, suka atau tidak suka, setuju atau tidak setuju. Menunjukkan sikap sebagai suatu perasaan atau reaksi penilaian terhadap suatu obyek.
- 2) Sikap sebagai kecenderungan yang dipelajari dalam merespon suatu obyek atau sekelompok obyek dalam bentuk suka atau tidak suka secara konsisten. Definisi ini melibatkan kemampuan seseorang dalam menanggapi suatu obyek.
- 3) Sikap adalah organisasi yang berlangsung terus-menerus dari motivasi, emosi, persepsi dan proses kognisi dalam menangani sejumlah aspek dalam dunia individu.

- 4) Sikap sebagai fungsi kekuatan keyakinan yang dipegang oleh seseorang terhadap bermacam-macam obyek dan evaluasi terhadap keyakinan yang berhubungan dengan obyek tersebut. Definisi ini menunjukkan konsumen memandang suatu produk adalah terdiri dari banyak atribut dan mereka membentuk keyakinan terhadap masing-masing atribut itu.

Struktur sikap terdiri atas tiga komponen yang saling menunjang yaitu komponen kognitif (*cognitive*), komponen afektif (*affective*) dan komponen konatif (*conative*) (Loudon dan Dellabita, 1993).

Lebih detail Azwar (1995) mengatakan bahwa Komponen kognitif ini berisi kepercayaan seseorang mengenai obyek sikap. Seseorang mempunyai keyakinan berdasarkan apa yang dilihat atau apa yang diketahui. Dari hal tersebut kemudian akan terbentuk suatu ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik umum dari suatu obyek. Sekali keyakinan itu terbentuk, maka ia akan menjadi dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang diharapkan dan apa yang tidak diharapkannya dari suatu obyek tertentu. Dengan demikian, interaksi atau prediksi seseorang pada pengalaman di masa yang akan datang lebih memiliki arti dan keteraturan. Keyakinan kognitif tidak selalu akurat, kadang-kadang keyakinan terbentuk justru dari tidak adanya informasi yang tepat mengenai obyek yang dihadapi. Sedangkan Komponen afektif ini menyangkut masalah emosional subyektif seseorang terhadap suatu obyek sikap. Secara umum, komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Pada umumnya reaksi emosional yang merupakan komponen afektif ini banyak ditentukan oleh keyakinan atau apa yang kita percayai sebagai benar bagi obyek yang bersangkutan. Selanjutnya komponen perilaku atau komponen konatif dalam sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan obyek sikap yang dihadapinya. Bagaimana orang akan berperilaku dalam situasi tertentu dan terhadap stimulus tertentu akan banyak ditentukan oleh bagaimana keyakinan dan perasaannya terhadap stimulus tersebut. Pengertian kecenderungan berperilaku menunjukkan bahwa komponen konatif meliputi bentuk perilaku yang tidak hanya dapat dilihat secara langsung saja, akan tetapi meliputi pula bentuk-bentuk perilaku yang berupa pernyataan atau perkataan yang diucapkan oleh seseorang. Kesimpulan bahwa seseorang memiliki sikap positif terhadap produk tertentu, tidak harus dicerminkan oleh keikutsertaannya membeli produk tersebut, akan

tetapi dapat disimpulkan dari pernyataannya bahwa ia mau membeli produk tersebut sesuai kebutuhannya.

Norma Subyektif

Menurut Dharmmesta, (1998), norma subyektif sebagai faktor sosial menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan/ perilaku. Sedangkan menurut Ajzen (1988), norma subyektif merupakan kepercayaan seseorang mengenai persetujuan orang lain terhadap suatu tindakan. Orang lain tersebut disebut *referent*, dan dapat merupakan orangtua, sahabat, atau orang yang dianggap penting bagi diri seseorang. Fishbein dan Ajzen (1975) menerangkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi norma subyektif: *normative belief*, yaitu keyakinan individu bahwa referent berpikir ia harus atau harus tidak melakukan suatu perilaku dan *motivation to comply*, yaitu motivasi individu untuk memenuhi norma dari *referent* tersebut. Selanjutnya Norma subyektif dirumuskan sebagai berikut :

$$SN = \sum_{j=1}^r NB_j \cdot MC_j$$

- SN : norma subyektif (*subjective norms*)
 r : jumlah orang yang berpengaruh (*referents*)
 j : orang yang berpengaruh (*referen*)
 NB_j : keyakinan normatif referen j (*normative belief*)
 MC_j : motivasi mematuhi j (*motivation to comply*)

Sangsi Hukum

Ajzen (1991) menjelaskan bahwa model Teori Perilaku Terencana sangat terbuka untuk ditambah variabel prediktor lain untuk memprediksi niat dan perilaku tentang objek yang diteliti. Penambahan variabel telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya diantaranya Blanthorne (2000) dan Arniati (2009) memodifikasi model Teori Perilaku Terencana dengan menambah variabel etika. Peneliti lainnya yaitu Hanno dan Violette (1996) serta Bobek dan Hatfield (2003) telah menambahkan dengan variabel kewajiban moral.

Relevan dengan objek penelitian ini dimana diperkirakan kesediaan wajib pajak untuk membayar pajak juga dipengaruhi oleh sangsi hukum bagi yang tidak memenuhi kewajibannya

membayar pajak. Sehubungan dengan hal tersebut dalam penelitian ini akan dilakukan pengembangan theory of planned behavior dengan menambahkan satu lagi variabel prediktor terhadap niat dan perilaku patuh membayar pajak yaitu variabel sangsi hukum.

Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (*perceived behavior control*).

Ajzen (1988) mengatakan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavior control*) merupakan persepsi terhadap mudah atau sulitnya sebuah perilaku dapat dilaksanakan. Variabel ini diasumsikan merefleksikan pengalaman masa lalu, dan mengantisipasi halangan yang mungkin terjadi. Lebih lanjut dikatakan terdapat dua asumsi mengenai kontrol perilaku yang dipersepsikan. Pertama, kontrol perilaku yang dipersepsikan diasumsikan memiliki dampak motivasi terhadap niat berperilaku. Individu yang meyakini bahwa ia tidak memiliki kesempatan untuk berperilaku, tidak akan memiliki niat yang kuat, meskipun ia bersikap positif, dan didukung oleh *referents* (orang-orang di sekitarnya). Kedua, kontrol perilaku yang dipersepsikan memiliki kemungkinan untuk mempengaruhi perilaku secara langsung, tanpa melalui variabel niat. kontrol perilaku yang dipersepsikan didapat dengan menjumlahkan hasil kali antara keyakinan mengenai mudah atau sulitnya suatu perilaku dilakukan (*control belief*) dan persepsi apakah keyakinan tersebut mendorong atau menghambat intensi melakukan suatu perilaku (*perceived facilitation*). Persamaan untuk mendapatkan perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$PBC = \sum_{k=1}^r CB_k \cdot PF_k$$

- PBC = *perceived behavioral control*
 CB_k = *Control Belief* (keyakinan mengenai mudah atau sulitnya sebuah perilaku dilakukan)
 PF_k = *Perceived Facilitation* (persepsi mengenai pengaruh keyakinan mengenai kontrol terhadap niat melakukan suatu perilaku).

PENELITIAN TERDAHULU

Pembuktian empiris terhadap *Theory of Planned Behavior* sebagaimana dikembangkan Ajzen (1988) telah banyak dilakukan terhadap

berbagai kasus. Dinatara hasil penelitian itu dapat diketengahkan disini adalah penelitian dari :

1. Hongwei, at all. (2011), yang mengkaji perilaku konsumen muda Amerika terhadap *Mobile Viral Marketing*, menemukan hasil bahwa yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku adalah sikap dan niat. Sedangkan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat adalah sikap dan utilitas yang dirasakan, sementara norma subjektif, control perilaku dan persepsi biaya tidak signifikan.
2. Craic S, at all, (2005) yang mengaplikasikan *Theory of Planned Behavior* untuk meneliti keputusan mengkonsumsi makanan dengan kandungann omega 3 di kawasan New South Wales, Australia. Hasil penelitian menemukan bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sedangkan norma subjektif dan control beliefs tidak signifikan.
3. Heejin Lim, at. All, (2005), menemukan bahwa sikap, norma subjektif dan kontrol prilaku yang dipersepsikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui internet.
4. ERWIN HARINURDIN1 (2009), yang meneliti Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Badan,

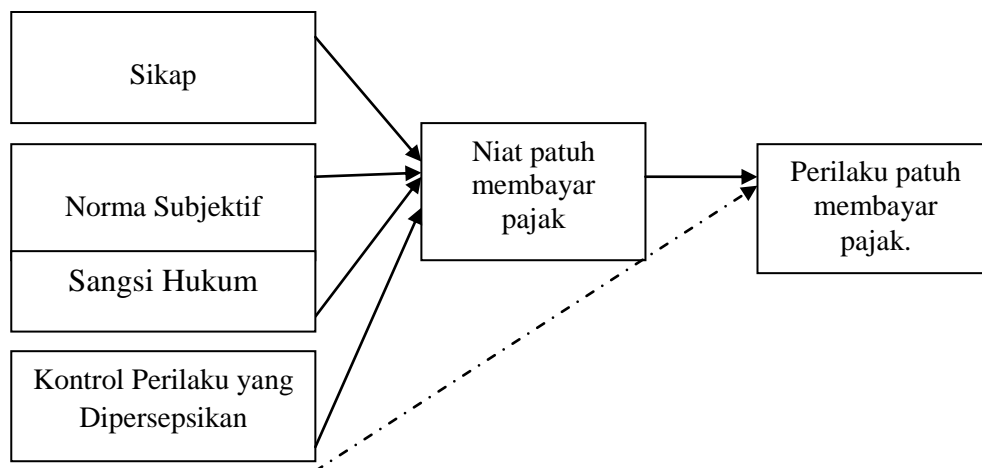
menemukan hanya pengaruh langsung kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap perilaku patuh yang tidak berpengaruh signifikan. Selainnya berpengaruh positif dan signifikan.

Empat buah contoh hasil penelitian empiris dari sekian banyak penelitian yang menerapkan *Theory of Planned Behavior*, terlihat hasil yang bervariasi. Hal ini menunjukkan bahwa teori yang dikembangkan Ajzen tidak bersifat universal karena terdapat hasil pembuktian yang berbeda dari berbagai objek penelitian yang dilakukan. Fakta ini sejalan dengan pendapat Uma Sekaran (2009) yang mengatakan bahwa hubungan-hubungan antar variabel tidak bersifat universal dan dapat berbeda pada setiap situasi dan kondisi.

MODEL PENELITIAN

Bertitik tolak dari kajian teoritis dan hasil penelitian empiris sebagaimana telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini yang mencoba mengkaji perilaku patuh wajib pajak di Pasaman Barat dengan mengadopsi model dari *Theory of Planned Behavior*. Adapun model dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2 : Model Penelitian



Hipotesis

- 1 : Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat patuh membayar pajak dari wajib pajak di Pasaman Barat.
- 2 : Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat patuh membayar pajak dari wajib pajak di Pasaman Barat.
- 3 : Sangsi hukum berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat patuh membayar

pajak dari wajib pajak di Pasaman Barat.

- 4 : Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat patuh membayar pajak dari wajib pajak di Pasaman Barat.
- 5 : Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku patuh membayar pajak dari wajib pajak di Pasaman Barat.

- 6 : Niat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku patuh membayar pajak dari wajib pajak di Pasaman Barat.
- 7 : Niat memediasi pengaruh Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan terhadap perilaku patuh membayar pajak dari wajib pajak di Pasaman Barat.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasaman Barat dengan objek penelitian adalah wajib pajak di Pasaman Barat.

Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran (2006) populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak di Pasaman Barat. Sedangkan sampel ditarik dengan menggunakan rumus Maholtra yaitu 4 kali jumlah instrumen penelitian. Jumlah instrumen adalah 26 item sehingga jumlah sampel ditetapkan 104 orang.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini digolongkan dalam dua jenis yaitu :

1. Data primer, yaitu yang diperoleh secara langsung atau data yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner langsung kepada responden.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung, diperoleh dengan cara mendapatkan referensi melalui literature buku, artikel ilmiah, hasil penelitian dan sumber-sumber lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan 2 (dua) jenis metode pengumpulan data yaitu :

a. Kuisisioner (angket)

Dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini kuisisioner diberikan langsung kepada responden untuk diisinya.

b. Observasi (Pengamatan)

Observasi sebagai teknik pengumpulan data dilakukan secara langsung kepada objek-objek penelitian khususnya yang menyangkut variabel yang diteliti.

Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian adalah 5 buah, yaitu 3 buah variabel independen, 1 buah variabel intervening dan 1 buah variabel dependen. Penempatan Niat Berperilaku sebagai variabel intervening berdasarkan anggapan bahwa meskipun Ajzen (1988) mengatakan bahwa niat memiliki hubungan yang sangat kuat dengan perilaku, namun dalam kenyataannya tidak seluruh niat yang ada pada individu langsung diwujudkan dalam bentuk perilaku. Dengan demikian variabel independen adalah : Sikap (X_1), Norma Subjektif (X_2), sanksi hukum (X_3) dan Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (X_4). Variabel intervening adalah Niat Memilih (I), Sedangkan variabel dependennya Keputusan Memilih (Y).

Definisi Operasional

Definisi operasional adalah merupakan unsur penelitian yang memberikan informasi bagaimana caranya mengukur sesuatu variabel (Singgarimbun dan Effendi, 1989)

Adapun definisi operasional untuk variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Perilaku patuh membayar pajak

Definisi operasional perilaku patuh membayar pajak adalah sebagai mana digunakan dalam penelitian Widi dan Bambang sesuai syarat-syarat Wajib Pajak Patuh menurut Peraturan Menteri Keuangan No.192/PMK.03/2007 adalah sebagai berikut:

- a. Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan dalam 3 tahun terakhir.
- b. Penyampaian SPT Masa yang terlambat dalam tahun terakhir untuk Masa Pajak Januari sampai dengan Nopember tidak lebih dari 3 masa pajak untuk setiap jenis pajak dan tidak berturut-turut.
- c. SPT Masa yang terlambat sebagaimana dimaksud dalam huruf b telah disampaikan tidaklewat dari batas waktu penyampaian SPT Masa masa pajak berikutnya.
- d. Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak, meliputi keadaan pada

tanggal 31 Desember tahun sebelum penetapan sebagai Wajib Pajak Patuh dan tidak termasuk utang pajak yang belum melewati batas akhir pelunasan.

- e. Laporan keuangan diaudit oleh akuntan publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat wajar tanpa pengecualian (WTP) selama tiga tahun berturut-turut dengan ketentuan disusun dalam bentuk panjang (*long form report*) dan menyajikan rekonsiliasi laba rugi komersial dan fiskal bagi Wajib Pajak yang wajib menyampaikan SPT Tahunan dan juga pendapat akuntan atas laporan keuangan yang diaudit ditandatangani oleh akuntan publik yang tidak sedang dalam pembinaan lembaga pemerintah pengawas akuntan publik.
- f. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah memiliki kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5 tahun terakhir.

2. Niat berperilaku.

Menurut Ajzen (1988) niat merupakan indikasi seberapa kuat keyakinan seseorang akan mencoba suatu perilaku, dan seberapa besar usaha yang akan digunakan untuk melakukan sebuah perilaku. Dalam penelitian ini, niat berperilaku adalah niat berperilaku patuh membayar sebagai mana Peraturan Menteri Keuangan No.192/PMK.03/2007

3. Sikap.

Ajzen (1988) mengatakan bahwa sikap merupakan besarnya perasaan positif atau negatif terhadap suatu obyek. Dalam penelitian ini sikap didefinisikan sebagai perasaan positif atau negative terhadap fatwa MUI haram merokok.. Indikatornya adalah : 1) keyakinan berperilaku yang berakibat konsekuensi (*behavioral belief*), 2) evaluasi konsekuensi (*evaluation of consequences*)

4. Norma Subjektif.

Ajzen (1988), norma subyektif merupakan kepercayaan seseorang mengenai persetujuan orang lain terhadap suatu tindakan. Dalam penelitian ini Norma Subjektif adalah kepercayaan konsumen rokok terhadap persetujuan referen. Referen dalam hal ini adalah orang tua, teman, dan orang lain yang dianggap penting bagi dirinya. Indikatornya adalah : 1) keyakinan normatif pada referen

(*normative belief*), 2) motivasi mematuhi referen (*motivation to comply*)

5. Sangsi Hukum

Sangsi hukum diancamkan kepada mereka yang tidak patuh memenuhi kewajiban perpajakan yaitu denda bagi yang tidak menyampaikan SPT sebagai mana mestinya, denda bagi keterlambatan pajak, dan hukuman pidana bagi yang tidak membayar pajak.

6. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan

Ajzen (1988) mengatakan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavior control*) merupakan persepsi terhadap mudah atau sulitnya sebuah perilaku dapat dilaksanakan. Sedangkan dalam penelitian ini diartikan sebagai mudah atau tidaknya masyarakat perokok untuk berhenti merokok.

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan nilai *corrected item-total correlation*. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid bila memiliki nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari 0,30 dan sebaliknya (Maholtra,1993). Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) Versi 16,0.

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's A dengan rumus sebagai berikut :lpha*. Menurut Maholtra (2002), suatu instrumen dikatakan reliabel apabila *cronbach's alpha* lebih dari 0,60. Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan program SPSS Versi 16,0.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan analisa regresi linier berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang menurut Ghazali (2005) terdiri dari uji normalitas data, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Adapun metode pengujian dilakukan sebagai berikut :

1. Normalitas data diuji dengan metode Kolmogrov-Smirnov. Data dinyatakan

berdistribusi normal bila nilai asyim sig (2 tailed) > 0,05.

2. Uji linieritas dengan melihat signifikansi linierity pada ANOVA table. Bila nilai signifikansinya < 0,05 dinyatakan linier.
3. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Variabel independen dinyatakan terbebas dari masalah multikolinieritas bila nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10.
4. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pada grafik Scatterplot. Bila data menyebar tanpa membentuk pola tertentu dan berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dinyatakan bebas dari masalah multikolinieritas.

Analisa Regresi Berganda dan Bertingkat

Tehnik perhitungan regresi dilakukan dengan menggunakan model yang dikembangkan Baron dan Kenny (1986) yaitu tehnik analisa regresi bertingkat (*Hierarchical Regression Analysis*). Regresi bertingkat dalam penelitian ini adalah regresi berganda yang dilakukan pengujian secara bertingkat untuk melihat peran variabel intervening. Sedangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan regresi berganda pada setiap model. Peran mediasi dapat terjadi bila :

1. Semua hubungan antar Variabel independen dengan variabel dependen harus signifikan.
2. Semua hubungan antar Variabel independen dengan variabel intervening harus signifikan.
3. Pengaruh variabel intervening harus signifikan terhadap variabel dependen.
4. Sebagaimana dikemukakan Suliyanto (2011:194), Variabel intervening dinyatakan sebagai intervening sempurna, jika setelah dimasukkan variabel I (Intervening), Pengaruh variabel variabel indeviden terhadap variabel dependen yang tadinya signifikan (sebelum memasukkan variabel intervening) menjadi tidak signifikan setelah dimasukkan variabel intevening ke dalam model persamaan rekresi. Variabel intervening dinyatakan sebagai intervening parsial, setelah dimasukkan variabel intervening, yang tadinya signifikan (sebelum dimasukkan variabel intervening) menjadi tetap signifikan setelah dimasukkan variabel intervening ke dalam model persamaan regresi, tetapi mengalami penurunan koefesin regresi atau nilai signifikansinya meningkat.

Berdasarkan model penelitian dalam penelitian ini maka rumus persamaannya sebagai berikut:

$$I = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e \quad (\text{Model 1})$$

$$Y = a + b_6I + e \quad (\text{Model 2})$$

$$Y = a + b_5X_4 + e \quad (\text{Model 3})$$

$$Y = a + b_5X_4 + b_7I + e \quad (\text{Model 4})$$

a = Konstanta

X₁ = Sikap

X₂ = Norma Subjektif

X₃ = Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (PBC)

X₄ = Sangsi Hukum

I = Niat berhenti merokok.

Y = Keputusan berhenti merokok.

e variabel pengganggu.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* hanya PBC yang berhubungan langsung dengan perilaku.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pengaruh atau besarnya kontribusi variabel-variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen. Nazir (2011) mengatakan bahwa dalam analisa regresi diperlukan juga untuk melihat berapa persen dari variasi variabel dependen dapat diterangkan oleh variasi dari variabel independen. Untuk ini digunakan koefisien determinasi (R²). Rentang koefisien R² adalah dari 0 s/d 1. Semakin koefisien R² mendekati angka 1 maka pengaruh variabel independen semakin besar terhadap variabel dependen. Dalam menghitung koefisien R² dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 16.0.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F dipakai untuk menguji kelayakan model. Model penelitian harus layak berdasarkan pengujian ini agar dapat dilanjutkan dengan pengujian hipotesis (uji t).

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian ini untuk menguji hipotesis secara parsial, yaitu untuk melihat pengaruh dari

masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Sedangkan untuk menguji peran intervening variabel niat diantara hubungan kontrol perilaku yang dipersepsikan dengan perilaku dilihat dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Kontrol perilaku yang dipersepsikan harus berpengaruh signifikan dengan niat dan juga dengan perilaku patuh.
2. Niat harus berpengaruh signifikan terhadap perilaku patuh.
3. Dikatakan sebuah variabel berperan sebagai intervening penuh bila setelah dimasukkan variabel intervening kedalam model, variabel independen yang dimediasi menjadi tidak signifikan. Selanjutnya dikatakan berperan sebagai variabel intervening parsial bila variabel independen tetap signifikan tapi koefisien korelasinya lebih kecil.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas sebagaimana terlihat pada table 1 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan mengukur semua variabel dalam penelitian ini adalah valid sehingga seluruh item pernyataan itu dapat digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini.

Selanjutnya hasil pengujian reliabilitas dari seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan *reliable* karena sesuai pendapat Maholtra (2002) bilamana nilai *Cronbach's alpha* diatas 0,60 dapat dinyatakan *reliable*. Semua hasil uji reliabilitas terhadap variabel-variabel penelitian nilai *Cronbach's alpha* diatas 0,60.

Tabel 1 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jlh Pernyataan	Tidak Valid	Valid	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Perilaku patuh	3	0	3	0,725	<i>Reliable</i>
Niat patuh	3	0	3	0,695	<i>Reliable</i>
Sikap	8	0	8	0,979	<i>Reliable</i>
Norma Subjektif	6	0	6	0,866	<i>Reliable</i>
Sangsi Hukum	3	0	3	0,727	<i>Reliable</i>
PBC	3	0	3	0,695	<i>Reliable</i>

Sumber : Diolah dari data primer (2014)

Uji Asumsi Klasik.

Pengujian normalitas data dilakukan dengan metode Kolmogrov-Smirnov dengan bantuan SPSS versi 16. Penentuan normal tidaknya data dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed). Bila nilainya $> 0,05$ maka data dinyatakan normal dan sebaliknya bila $< 0,05$ dinyatakan tidak normal. Dari hasil pengukuran terlihat bahwa semua variabel yang diuji menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga data dinyatakan normal.

Sedangkan uji linieritas yang dilakukan dengan compare means melalui bantuan program SPSS versi 16 menunjukkan semua variabel independen bersifat linier terhadap variabel dependen karena semua nilai linierity menunjukkan angka $< 0,05$.

Hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan semua variabel nilai *tolerance* menunjukkan $> 0,10$. Sedangkan nilai VIF semua variabel menunjukkan $<$ dari 10. Dengan demikian data menunjukkan terbebas dari masalah multikolinieritas yang berarti tidak terdapat pengaruh yang berarti sesama variabel independen.

Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas yang dilakukan dengan melihat pada grafik Scatterplot berdasarkan bantuan program SPSS versi 16 menunjukkan data menyebar tanpa membentuk pola yang teratur dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Ini artinya data terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 2 : Hasil Regresi Berganda, Bertingkat, Uji F dan Koefisien Determinasi

Variabel	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4	
	B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.		
Konstanta	0,846		0,231		1,928		0,172	-
X1	0,036	0,246	-	-	-	-	-	-
X2	0,193	0,028	-	-	-	-	-	-
X3	0,411	0,000	-	-	-	-	-	-
X4	0,203	0,022	-	-	0,580	0,000	0,071	0,087
I	-	-	0,958	0,000	-	-	0,972	0,000
F	36,673	0,000	698,731	0,000	83,030	0,000	255,621	0,000
R ²	0,597 atau 59,7%		0,872 atau 87,2%		0,448 atau 44,8%		0,876 atau 87,6%	

Analisis Regresi Berganda dan Bertingkat

Dari hasil pengolahan data melalui regresi berganda dan bertingkat sebagaimana ditampilkan pada table 2 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$I = 0,846 + 0,036X_1 + 0,193X_2 + 0,411X_3 + 0,203X_4 + e \quad (\text{Model 1})$$

$$Y = 0,231 + 0,958 I + e \quad (\text{Model 2})$$

$$Y = 1,928 + 0,580X_4 + e \quad (\text{Model 3})$$

$$Y = 0,172 + 0,071X_4 + 0,972 I + e \quad (\text{Model 4})$$

PEMBAHASAN

1. Pengujian seluruh variabel independen terhadap niat patuh membayar pajak di Pasaman Barat menunjukkan bahwa sikap tidak berpengaruh signifikan, sementara norma subjektif, sanksi hukum dan kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh signifikan.

Sikap para wajib pajak di Pasaman Barat terhadap kewajiban membayar pajak tidak berpengaruh terhadap perilaku patuh. Mereka patuh bukan karena sikap mereka bahwa yang positif dengan kewajiban membayar pajak. Faktor ketidakpercayaan terhadap penggunaan dana hasil pajak merupakan faktor penyebab utama yang sangat terkait dengan masih massifnya perbuatan korupsi oknum pejabat dan perilaku petugas pajak yang curang. Dengan demikian, perilaku patuh mereka bukan karena ketulusan bahwa membayar pajak memang baik dilakukan. Norma subjektif menunjukkan bahwa lingkungan sosial yaitu orang-orang dekat dan himbauan pemerintah mendukung para wajib pajak Pasaman Barat untuk pemenuhan

kewajiban membayar pajak, dan para wajib pajak juga termotivasi mengikuti dukungan lingkungan tersebut. Namun demikian pengaruh norma subjektif ini relatif kecil dibanding pengaruh variabel lain yang koefisien regresinya hanya 0,193. Sanksi hukum merupakan variabel anteseden paling berpengaruh terhadap perilaku patuh wajib pajak dengan koefisien sebesar 0,411 dengan signifikansi 0,000. Ancaman sanksi hukum nampaknya yang paling mempengaruhi perilaku patuh. Artinya meskipun sesungguhnya sikap mereka tidak mendukung dan sejalan dengan perilaku patuhnya, namun karena ancaman sanksi hukum mereka terpaksa patuh membayar pajak. Kontrol perilaku yang dipersepsikan juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku patuh membayar pajak. Artinya para wajib pajak di Pasaman Barat cukup mudah untuk mengambil keputusan patuh membayar pajak.

2. Niat untuk patuh memiliki pengaruh yang sangat kuat dengan perilaku patuh dengan koefisien sebesar 0,958 dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Ajzen (1988) yang mengatakan bahwa niat berperilaku sangat erat kaitannya dengan perilaku.
3. Secara langsung Kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh signifikan terhadap perilaku patuh dengan koefisien 0,580 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa sangat mudah bagi wajib pajak Pasaman Barat untuk berperilaku patuh.
4. Niat berperan sebagai intervening penuh terhadap pengaruh kontrol perilaku yang

dipersepsikan terhadap perilaku patuh membayar pajak bagi wajib pajak di Pasaman Barat. Artinya, setelah niat berperan sebagai mediasi, maka variabel kontrol perilaku dipersepsikan tidak berpengaruh lagi.

Dalam uji kelayakan model (uji F) terlihat bahwa pada semua model terlihat nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti semua model yang dikembangkan pada penelitian ini adalah layak.

Sedangkan besarnya pengaruh variabel-variabel independen yang diteliti terhadap niat perilaku patuh hanya 59,7%. Hal ini bermakna bahwa :

1. Meskipun untuk objek penelitian ketaatan pajak telah ditambahkan dengan variabel sangsi hukum, namun masih ada variabel anteseden lainnya terhadap niat berperilaku selain variabel yang dikemukakan dalam *theory of planned behavior* dari Ajzen (1988).
2. Kemungkinan kedua adalah bahwa konstruk instrumen yang dikembangkan belum sempurna sehingga belum sepenuhnya menampung gagasan yang semestinya terdapat pada masing-masing variabel anteseden.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat patuh membayar pajak. Artinya sikap wajib pajak Pasaman Barat terhadap pajak tidak mempengaruhi dan sejalan dengan niat dan perilaku patuhnya membayar pajak. Mereka memiliki sikap yang berbeda dengan apa yang mereka lakukan, sehingga faktor-faktor lain selain sikaplah yang membuat mereka patuh.
2. Norma subjektif, sangsi hukum dan kontrol perilaku yang dipersepsikan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku patuh. Dari ketiga variabel ini sangsi hukumlah yang paling kuat pengaruhnya. Artinya sangsi hukum bagi yang tidak patuh membayar pajak cukup membuat para wajib pajak untuk patuh. Norma subjektif meski memberi pengaruh tapi tidak sekuat pengaruh sangsi hukum. Sedangkan kontrol perilaku yang dipersepsikan menunjukkan bahwa para wajib pajak cukup mudah untuk mengambil keputusan taat membayar pajak.

3. Niat sebagaimana dikemukakan Ajzen (1988) sangat erat kaitannya dengan perilaku, terbukti dalam penelitian ini.

Saran-saran

1. Kepada institusi pajak khususnya di Pasaman Barat, untuk meningkatkan target penerimaan pajak dalam jangka pendek dapat melalui pendekatan hukum. Artinya dengan mengedepankan sangsi hukum dengan penegakan hukum yang membuat jera para pengemplang pajak dapat meningkatkan perilaku patuh membayar pajak.
2. Namun untuk jangka panjang, tingkat kesadaran para wajib pajak perlu dibangun bukan hanya dengan penyuluhan saja tapi perlu sikap konsekwen dari aparat pajak agar melakukan bersih-bersih dan tidak ada lagi aparat yang curang. Selain itu upaya pemberantasan korupsi harus terus meningkatkan progres sehingga *clean government* betul-betul terwujud nyata di Indonesia. Perilaku korupsi atas uang negara (hasil pemungutan pajak) yang massif oleh oknum pejabat merupakan kendala terbesar dalam meningkatkan bobot sikap yang positif bagi para wajib pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 2000.** *Manajemen Bisnis*, Edisi Kedua. Jakarta: Rineka Cipta
- Assael, H. 1995.** *Consumer Behavior and Marketing Action*, 5th edition, SouthWestern College Publishing, Cincinnati, OH.
- Baron, R.M. and Kenny, D.A. (1986).** The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology* 51(6): 1173-1182.
- Ghozali, I. 2005.** *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Semarang. Indonesia.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008.** *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta ; PT. Indeks.
- Kotler, P. dan G. Armstrong (2001).** *Dasar-Dasar Pemasaran*. Ed. 9. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, Philip (2000)**, *Marketing Management*, The Millenium Edition, New Jersey: Prence-Hall, Inc.
- Kotler, P., Keller, Kevin Lane.** (2007). *Manajemen Pemasaran II edisi duabelas*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane** (2011), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Jakarta : PT. Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat, (2003)** *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Lamb, Hair, McDaniel. (2001)**. *Pemasaran*. Buku 1. PT. Salemba Emban Raya, Jakarta.
- Laporan Bank Indonesia (2013)**, Statistik Bank Indonesia, Jakarta, www.bi.go.id
- Liana, Lie (2009)**, Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen, *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Volume XIV, No.2*
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A (2008)**, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Maholtra, Naresh K dkk. (2004)**, *Marketing Research: An Applied Orientation*, New South Wales : Prentice.
- Morgan, Robert M & Hunt, ShelbyD.** 1994. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*.
- Kuncoro, M. 2003**. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi, Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Erlangga. Jakarta.
- Parasuraman, A.** 1997. "Reflections on Gaining Competitive Advantage Through Customer Value," *Journal of The Academy of Marketing Science*, vol.25.
- Parasuraman, A,V.A.Zeithami and L.L. Berry.** 1988. " A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*.
- Rezky Purna Satit, Huam Hon Tat, Razli Amran, Thoo Ai Chin and Sukati Inda, 2012**, The Relationship Between Marketing Mix and Customer Decision Making over Travel Agent: An Empirical Study, *International Journal of Academic in Business and Social Sciences, June 2012, Vol 2 No. 6, Malaysia*.
- Rony Ika Setiawan (2010)**, Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Pop Mie. *Jurnal Kompilasi Ilmu Ekonomi*, Vol. 2 No. 2, Blitar.
- Sekaran, Uma.** 2006. *Research Method For Business*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sefnedi (2013)**, pengaruh bauran pemasaran jasa pada keputusan mahasiswa memilih pascasarjana UBH Padang, e-jurnal Apresiasi Ekonomi, Sumbar.
- Sepris Yonaldi (2011)**, Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Program Untung Beliang Britama terhadap Keputusan Nasabah memilih Tabungan Britama. Padang: *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 2, Nomor 2*.
- Setyadharma, Adryan (2010)**, *Uji Asumsi Klasik dengan SPSS*, FE-UNS, Semarang.
- Simamora, Hendry, (2003)**, *Akutansi basis pengambil keputusan bisnis*, Jakarta, Salemba Empat.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan (1989)** *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- Singgih Santoso, 2000**, *Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia.
- Soetojo (2002)**, *Dasar-dasar Ilmu Pemasaran*, Jakarta, Pt. Gramedia.
- Stanton, J. William (1996)**, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE
- Singgih Santoso, 2000**. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sugiono, 2009**. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Swasta, Basu dan Tani, Handoko.** 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Swasta, Basu dan Irawan.** 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Lyberty.
- Schiffman G. Leon and Kanuk Laslie Lazar,** 2000, *Perilaku Konsumen, edisi ke tujuh*, Gramedia, Jakarta.

Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Alfabeta.

Sujoko (2007), Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemakaian jasa warnet, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Surabaya.

Swastha dan Irawan, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy (2003), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. Chandra, Yanto. Diana, Anastasia. 2004. *Marketing Scales*. Yogyakarta : Andi

Zeithaml, Valarie A. and Mary Jo Bitner (2000), *"Services Marketing,"* Jakarta, Gramedia.