

Pengaruh Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Rendi Dwi Yuliansyah¹
Akuntansi
rendiyulianah15@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh peraturan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, menguji pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, menguji pengaruh kualitas pelayanan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, menguji pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, dan menguji pengaruh peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan secara simultan (bersama-sama) terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di samsat Kabupaten Pesawaran. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi variabel dependen dan variabel independen. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling*, teknik pengumpulan data yang digunakan ialah kuesioner, dan instrumen yang digunakan adalah angket tentang peraturan perpajakan wajib pajak, angket kesadaran wajib pajak, angket kualitas pelayanan, dan angket sanksi perpajakan dan angket kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, sanksi perpajakan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor di Kabupaten Pesawaran.

Kata kunci: Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Kepatuhan Wajib Pajak.

PENDAHULUAN

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan (Kemenkeu) menyampaikan bahwa kepatuhan wajib pajak masih rendah (Putri & Ghazali, 2021). Hal tersebut tercermin dari tax ratio atau perbandingan antara jumlah pajak yang terhimpun dalam Produk Domestik Bruto (PDB). Jika dibandingkan dengan negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura, tax ratio Indonesia masih cukup rendah (LIA FEBRIA LINA, 2019). *Tax ratio* ukuran kepatuhan Indonesia sebagai wajib pajak tahun 2021 baru 11%, dibawah negara lain seperti Malaysia yang sudah mencapai 16% sementara Singapura mencapai 18% yang artinya kepatuhan di Indonesia cukup rendah. Rendahnya penerimaan pajak tak terlepas dari kesalahan DJP dalam hal sosialisai, kurangnya DJP memberikan sosialisasi, pembelajaran, bahkan hubungan DJP dan wajib pajak juga kurang baik (Permatasari & Anggarini, 2020). Sebagai wajib pajak Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Sigit Priadi Pramudito menghimbau masyarakat untuk patuh dan tertib dalam menjalankan kewajiban tersebut, karena pembangunan Indonesia sangat tergantung dari penerimaan pajak (Damayanti et al., 2020).

Rendahnya kepatuhan warga terhadap pembayaran pajakpun terjadi di Kabupaten Pesawaran. Saat ini masih ada wajib pajak yang menangguhkan pembayaran pajak.kendaraan bermotor mereka sehingga mengakibatkan pendapatan daerah menjadi tidak optimal (Defia Riski Anggarini, 2020). Jika ditinjau dari fenomena yang terjadi dalam masyarakat kepatuhan untuk membayar pajak muncul karena adanya pengetahuan

dan referensi yang kuat tentang pajak (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020). Berdasarkan prasurvei penelitian pada 06 Juli 2021 bahwa Pesawaran terdapat masyarakat yang masih menunggak pajak sampai 7 tahun. Partisipasi masyarakat dalam hal ini sangat diperlukan sehingga kesadaran dan rasa tanggung jawab masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakan semakin tinggi karena pada dasarnya pajak tersebut akan digunakan kembali untuk kesejahteraan rakyat.

Pengetahuan perpajakan adalah pemahaman dasar bagi wajib pajak adalah pengetahuan mengenai hukum, Undang-Undang, serta tata cara perpajakan yang benar, sehingga jika wajib pajak telah mengetahui dan memahami mengenai fungsi-fungsi dan peran perpajakan maka wajib pajak akan semakin patuh dan taat dalam urusan perpajakannya (Permatasari, n.d.). Pengetahuan Pajak adalah informasi pajak yang dapat digunakan wajib pajak sebagai dasar untuk bertindak, mengambil keputusan, dan untuk menempuh arah atau strategi tertentu sehubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajibannya dibidang perpajakan (Lina & Permatasari, 2020).

KAJIAN PUSTAKA

Teori Atribusi

Teori atribusi merupakan perkembangan dari teori atribusi (Darmajaya & Nani, 2020). Teori atribusi menjelaskan bahwa ketika individu mengamati perilaku seseorang, individu tersebut berupaya untuk menentukan apakah perilaku tersebut disebabkan secara internal atau eksternal (Nani, 2019). Teori atribusi memandang individu sebagai psikologi amatir yang mencoba memahami sebab-sebab yang terjadi pada berbagai peristiwa yang dihadapinya (*View of Exploring the Relationship between Formal Management Control Systems, Organisational Performance and Innovation_ The Role of Leadership Characteristics.Pdf*, n.d.). Teori atribusi mencoba menemukan apa yang menyebabkan apa, atau apa yang mendorong siapa melakukan apa. Respon yang kita berikan pada suatu peristiwa bergantung pada interpretasi kita tentang peristiwa itu (Dhiona Ayu Nani, 2021).

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan atas *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dirancang untuk berhubungan dengan perilaku-perilaku individu (Lina & Nani, 2020). Di dalam TPB ditambahkan sebuah variabel yang belum diterapkan pada TRA yaitu kontrol keperilakuan yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*) (Nani & Ali, 2020). *Theory of Planned Behavior* (TPB) menyatakan bahwa selain sikap terhadap tingkah laku dan norma-norma subjektif, individu juga mempertimbangkan kontrol tingkah laku yang dipersepsikannya yaitu kemampuan mereka untuk melakukan tindakan tersebut (Safitri & Nani, 2021). Teori ini tidak secara langsung berhubungan dengan jumlah atas kontrol yang sebenarnya dimiliki oleh seseorang (Khamisah et al., 2020). Namun, teori ini lebih menekankan pengaruh-pengaruh yang mungkin dari kontrol perilaku yang dipersiapkan dalam pencapaian tujuan-tujuan atas sebuah perilaku (Husna et al., 2021). Jika niat-niat menunjukkan keinginan seseorang untuk mencoba melakukan perilaku tertentu, kontrol yang dipersepsikan lebih kepada mempertimbangkan hal-hal realistik yang mungkin terjadi. Kemudian keputusan itu direfleksikan dalam tujuan tingkah laku (Novita & Husna, 2020b),

Peraturan Perpajakan Wajib Pajak Kendaraan

Pada mulanya Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) tercantum dalam UU No.18 Tahun 1997, dimana pajak atas Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan Pajak Kendaraan Diatas Air (PKAA) dicakupkan (Rosmalasari, 2017). Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangannya, kendaraan bermotor menjadi diperluas dan dilakukan pemisahan secara tegas menjadi Kendaraan Bermotor dan Kendaraan Atas Air, yang semula tercantum dalam UU No.34 tahun 2000 telah diubah dengan UU No.28 tahun 2009 tentang PDRD (Pajak Daerah dan Retribusi Daerah) dan pada tahun 2020 dengan disahkan UU No. 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja, maka UU PDRD tsb diubah, dimana telah terbit PP No.10 tahun 2021 sebagai petunjuk pelaksanaannya. Namun selama peraturan sebelumnya tidak bertentangan maka tetap digunakan (Novita et al., 2020).

Kesadaran Wajib Pajak

Kesadaran adalah keadaan untuk mengetahui atau mengerti, sedangkan perpajakan adalah kerelaan memenuhi kewajibannya, termasuk rela memberikan kontribusi dana untuk pelaksanaan fungsi pemerintahan dengan cara membayar kewajiban pajaknya (Herison et al., 2019).

Kualitas Pelayanan

kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah (Novita & Husna, 2020a). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah (Suwarni & Handayani, 2021). Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain (Fauzi et al., 2021). Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun (Sedyastuti et al., 2021). Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli atau nasabahnya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah (Fauzi et al., 2020). Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan nasabah itu sendiri (Sari, 2014). Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat nasabah memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk (*Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas*, 2020). Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi nasabah yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan (Febrian & Ahluwalia, 2020).

Sanksi Perpajakan

sanksi perpajakan merupakan suatu jaminan atau pencegahan (preventif) bahwa ketentuan peraturan perundangundangan perpajakan atau norma perpajakan akan dituruti/ ditaati/ dipatuhi (Ahluwalia, 2020). Dapat dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (preventif) agar Wajib Pajak (WP) tidak melanggar ketentuan-ketentuan dan aturan yang sudah berlaku (Sari & Sukmasari, 2018). Terdapat dua (2) macam sanksi dalam undang-undang perpajakan, yaitu sanksi administrasi dan sanksi pidana (Larasati Ahluwalia, 2020). Sanksi perpajakan diberikan kepada Wajib Pajak (WP) agar mereka mempunyai kesadaran dan patuh terhadap kewajiban pajak (Rosmalasari et al., 2020). Adanya sanksi perpajakan diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Febria Lina & Setiyanto, 2021),

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan keadaan dimana wajib pajak melaksanakan segala hal yang menjadi kewajiban pajaknya (Fadly & Wantoro, 2019). Kepatuhan perpajakan merupakan ketaatan wajib pajak dalam melaksanakan ketentuan perpajakan yang berlaku (Fadly et al., 2020). Kepatuhan pajak adalah suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hal perpajakannya (Febrian & Fadly, 2021a).

METODE

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini masyarakat yang mempunyai kewajiban dalam membayar pajak kendaraan bermotor di samsat kabupaten pesawaran yang berjumlah 12.234 kendaraan bermotor (Febrian & Fadly, 2021b). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel secara kebetulan, yaitu siapa yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Ahmad et al., 2019). Penentuan jumlah sampel atau responden ditentukan berdasarkan hasil perhitungan menggunakan slovin yaitu: $n = \frac{N}{1+Ne^2}$

Keterangan

n = Jumlah sampe

N = Jumlah Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel pupulasi yang dapat ditolerir 10%.

Dengan menerapkan rumus tersebut maka diperoleh bahwa sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 warga wajib pajak kendaraan bermotor yang berdomisili di Kabupaten Pesawaran (Agustina et al., 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Hasil data yang diperoleh peneliti analisis dengan SPSS untuk mengetahui rata-rata, varian, nilai tertinggi dan nilai terendah dari data peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, sanksi perpajakan dan kepatuhan wajib pajak yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Analisis Deskriptif

	N	Range	Maximum	Minimum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Y	110	19.91	34.51	14.60	29.3371	.43449	4.55697	20.766
X1	110	13.10	21.68	8.58	17.7618	.31169	3.26899	10.686
X2	110	13.00	23.93	10.93	19.9060	.32098	3.36646	11.333
X3	110	16.99	25.97	8.98	20.8062	.38630	4.05151	16.415
X4	110	9.85	13.85	4.00	11.0357	.21943	2.30138	5.296
Valid N (listwise)	110							

Uji Normalitas

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
----------	------------	------------

Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,127	Normal
Peraturan Wajib Pajak (X1)	0,142	Normal
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	0,200	Normal
Kualitas Pelayanan (X3)	0,062	Normal
Sanksi Perpajakan (X4)	0,200	Normal

Variabel kepatuhan wajib pajak, peraturan wajib perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan berdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,709	1,411
Peraturan Wajib Pajak (X1)	0,915	1,092
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	0,143	6,992
Kualitas Pelayanan (X3)	0,165	6,070
Sanksi Perpajakan (X4)	0,518	1,930

Nilai VIF untuk semua variabel kepatuhan wajib pajak, peraturan wajib perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* semua variabel kepatuhan wajib pajak, peraturan wajib perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan juga mendekati 1. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel kepatuhan wajib pajak, peraturan wajib perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0,017	Tidak Mengandung Heteroskedastisitas
Peraturan Wajib Pajak (X1)	0,032	Tidak Mengandung Heteroskedastisitas
Kesadaran Wajib Pajak (X2)	0,011	Tidak Mengandung Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan (X3)	0,001	Tidak Mengandung Heteroskedastisitas
Sanksi Perpajakan (X4)	0,028	Tidak Mengandung Heteroskedastisitas

Variabel yang diuji tidak mengandung heteroskedastisitas. Artinya tidak ada kolerasi antara besarnya data dengan residual sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan residual (kesalahan) semakin besar pula.

Uji Autokorelasi

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
---	----------	-------------------	----------------------------	---------------

.645 ^a	.416	.394	3.549	1,433
-------------------	------	------	-------	-------

Analisis regresi linear berganda dan Uji t (Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.688	2.255		4.740	.000
X1	.448	.135	.321	3.310	.001
X2	.497	.151	.367	3.286	.001
X3	.107	.118	.395	3.906	.003
X4	.128	.197	.365	3.647	.001

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh bahwa angka constant dari *unstandardized coefficient* adalah 10,688 ini menunjukkan bahwa jika tidak ada peraturan perpajakan (X1), kesadaran wajib pajak (X2), kualitas pelayanan (X3), dan sanksi perpajakan (X4) maka nilai kepatuhan wajib pajak (Y) sebesar 10,688 (Data lengkap terlampir). Selanjutnya, analisis berikutnya adalah meninjau koefisien dari masing-masing variaabel sebagai berikut:

1. Pada peraturan perpajakan (X1) angka koefisien adalah 0,448 ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% tingkat pertauran perpajakan maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat 0,448 dengan tanda positif menunjukkan bahwa peraturan perpajakan terdapat kepatuhan wajib pajak (Y) berpengaruh positif.
2. Pada kesadaran wajib pajak (X2) angka koefisien adalah 0,497 ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% tingkat pertauran perpajakan maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat 0,497 dengan tanda positif menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak terdapat kepatuhan wajib pajak (Y) berpengaruh positif.
3. Pada kualitas pelayanan (X3) angka koefisien adalah 0,107 ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% tingkat pertauran perpajakan maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat 0,107 dengan tanda positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terdapat kepatuhan wajib pajak (Y) berpengaruh positif.
4. Pada sanksi perpajakan (X4) angka koefisien adalah 0,128 ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1% tingkat pertauran perpajakan maka kepatuhan wajib pajak akan meningkat 0,128 dengan tanda positif menunjukkan bahwa sanksi perpajakan terdapat kepatuhan wajib pajak (Y) berpengaruh positif.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui persentase variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Hasil analisis dilakukan dengan menggunakan SPSS. Hasil analisis sebagai berikut:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 ^a	.416	.394	3.549

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Berdasarkan tabel memperlihatkan bahwa *adjusted R²* adalah sebesar 0,394 atau 39,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepatuhan wajib pajak (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu peraturan perpajakan (X1), kesadaran wajib pajak (X2), kualitas pelayanan (X3), dan sanksi perpajakan (X4). Sedangkan, sisanya 60,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi atau variabel yang diteliti.

Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	941.236	4	235.309	18.686	.000 ^a
Residual	1322.257	105	12.593		
Total	2263.493	109			

Berdasarkan tabel memperlihatkan bahwa nilai sig. 0,000 kurang dari 0,05 dengan demikian hipotesis diterima bahwa ada pengaruh secara bersama-sama dari variabel X (peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan) terhadap variabel kepatuhan wajib pajak (Y).

SIMPULAN

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa

1. Hasil analisis R² diperoleh sebesar 0,416 atau 41,6% yang menunjukkan bahwa variabel kepatuhan wajib pajak (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu peraturan perpajakan (X1), kesadaran wajib pajak (X2), kualitas pelayanan (X3), dan sanksi perpajakan (X4).
2. Peraturan perpajakan (X1) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y), diperoleh nilai sig. adalah 0,001 karena nilai sig. kurang dari 0,005 dengan demikian disimpulkan bahwa ada pengaruh peraturan perpajakan (X1) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).
3. Kesadaran wajib pajak (X2) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y), diperoleh nilai sig. adalah 0,001 karena nilai sig. kurang dari 0,05 dengan demikian disimpulkan bahwa ada pengaruh Kesadaran wajib pajak (X2) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).
4. Kualitas pelayanan (X3) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y), diperoleh nilai sig. adalah 0,003 karena nilai sig. kurang dari 0,005 dengan demikian disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).
5. Sanksi perpajakan (X4) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y), diperoleh nilai sig. adalah 0,001 karena nilai sig. kurang dari 0,005 dengan demikian disimpulkan bahwa ada pengaruh sanksi perpajakan (X4) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).
6. Ada pengaruh secara bersama-sama dari variabel X (peraturan perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan, dan sanksi perpajakan) terhadap variabel kepatuhan wajib pajak (Y) dimana nilai sig. 0,000 kurang dari 0,05.

REFERENSI

Agustina, Y., Sukmasari, D., & Sari, T. D. R. (2020). Impact of risk, commitment, and bonus on completion of difficult targets: Carbon emissions case. In *The Future Opportunities and Challenges of Business in Digital Era 4.0* (pp. 222–226).

Routledge.

Ahluwalia, L. (2020). EMPOWERMENT LEADERSHIP AND PERFORMANCE: ANTECEDENTS. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(1), 283.

[http://www.nostarch.com/javascriptforkids%0Ahttp://www.investopedia.com/terms/i/in_specie.asp%0Ahttp://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo de Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOL](http://www.nostarch.com/javascriptforkids%0Ahttp://www.investopedia.com/terms/i/in_specie.asp%0Ahttp://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo%20de%20Titulacion.pdf%0Ahttps://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOL)

Ahmad, I., Prasetyawan, P., & Sari, T. D. R. (2019). Penerapan Algoritma Rekomendasi Pada Aplikasi Rumah Madu Untuk Perhitungan Akuntansi Sederhana Dan Marketing Digital. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 38–45.

ANGGARINI, D. R., & PERMATASARI, B. (2020). *PENGARUH NILAI TUKAR DOLAR* ANGGARINI, D. R., & PERMATASARI, B. (2020). *PENGARUH NILAI TUKAR DOLAR DAN INFLASI TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA. 1(2).DAN INFLASI TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA. 1(2).*

Damayanti, D., Sulistiani, H., Permatasari, B., Umpu, E. F. G. S., & Widodo, T. (2020). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 25–30.

Darmajaya, J. B., & Nani, D. A. (2020). Efektivitas Penerapan Sistem Insentif Bagi Manajer Dan Karyawan. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 6(1), 44–54.

Defia Riski Anggarini, B. P. (2020). *Impluse Buying Ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar*. 06(02), 27–37.

Dhiona Ayu Nani, V. A. D. S. (2021). *HOW DOES ECO-EFFICIENCY IMPROVE FIRM FINANCIAL PERFORMANCE? AN EMPIRICAL EVIDENCE FROM INDONESIAN SOEs*. 4(1), 6.

Fadly, M., Muryana, D. R., & Priandika, A. T. (2020). SISTEM MONITORING PENJUALAN BAHAN BANGUNAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN KEY PERFORMANCE INDICATOR. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 15–20.

Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 46–55.

Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2020). WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPING COUNTRY: THE EFFECTS OF FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY ON SMES' GROWTH. *Journal of Governance and Regulation*, 9(4), 106–115. <https://doi.org/10.22495/JGRV9I4ART9>

Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2021). Mapping potential sectors based on financial and digital literacy of women entrepreneurs: A study of the developing economy. *Journal of Governance and Regulation*, 10(2 Special Issue), 318–327. <https://doi.org/10.22495/JGRV10I2SIART12>

Febria Lina, L., & Setiyanto, A. (2021). Privacy Concerns in Personalized Advertising Effectiveness on Social Media. *SIJDEB*, 5(2), 147–156. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v5i2.147-156>

Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan

- Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *J. Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021a). Brand Trust As Celebrity Endorser Marketing Moderator'S Role. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(1), 207–216. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.19>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021b). The Impact of Customer Satisfaction with EWOM and Brand Equity on E-Commerce Purchase IntentioFebrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact of Customer Satisfaction with EWOM and Brand Equity on E-Commerce Purchase Intention in Indonesia Moderated by Cultur. *Binus Business Review*, 12(1), 41–51. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i1.6419>
- Herison, A., Romdania, Y., Akbar, D., & Pramanda, D. (2019). PERAN AESTHETIC EXPERENTIAL QUALITIES DAN PERCEIVED VALUE UNTUK KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG WISATA BAHARI DI PROVINSI LAMPUNG. *Pariwisata Pesona*, 04(1), 1–10.
- Husna, N., Novita, D., Kharisma, O., Ayuning, N. W., & Mundarsih, M. (2021). Income and Net Profit of Culinary MSMEs in BaHusna, N., Novita, D., Kharisma, O., Ayuning, N. W., & Mundarsih, M. (2021). Income and Net Profit of Culinary MSMEs in Bandar Lampung Before and After Using Fintech Payments. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Perfo. Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 18(1), 14–18.
- Khamisah, N., Nani, D. A., & Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Non Performing Loan (NPL), BOPO dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return On Assets (ROA) Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek : *International Journal of ...*, 3(2), 18–23. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/836>
- Larasati Ahluwalia, K. P. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Pemberdayaan Pada Kinerja Dan Keseimbangan Pekerjaan-Rumah Di Masa Pandemi Ncovid-19. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, VII(2), 119–128.
- LIA FEBRIA LINA, B. P. (2019). *KREDIBILITAS SELEBRITI MIKRO PADLIA FEBRIA LINA, B. P. (2019). KREDIBILITAS SELEBRITI MIKRO PADA NIAT BELI PRODUK DI MEDIA SOSIAL. 1(2), 41–50.A NIAT BELI PRODUK DI MEDIA SOSIAL. 1(2), 41–50.*
- Lina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada KesukLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kes. *Performance*, 27(1), 60–69.
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi MediLina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi Media Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227–238. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>
- Nani, D. A. (2019). Islamic Social Reporting: the Difference of Perception Between User and Preparer of Islamic Banking in Indonesia. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 2(1), 25. <https://doi.org/10.33365/tb.v2i1.280>

- Nani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local Government. Nani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local Governments. *Jurnal Dinamika Akuntansi. Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 33–50. <https://doi.org/10.24815/jdab.v7i1.15671>
- Novita, D., & Husna, N. (2020a). Peran ecolabel awareness dan green perceived quality pada purchase intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 85–90.
- Novita, D., & Husna, N. (2020b). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. Novita, D., & Husna, N. (2020). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 40–42.
- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., & Trianti, D. (2020). *Behavioral Intention Toward Online Food delivery (The Study Of Consumer Behavior During Pandemic Covid-19)*. 17(1), 52–59.
- Permatasari, B. (n.d.). *THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE ON E- COMMERCE APPLICATIONS IN FORMING CUSTOMER PURCHASE INTEREST AND ITS*. 101–112.
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada Warung. Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Upnormal Bandar Lampung. *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- Putri, A. D., & Ghazali, A. (2021). *ANALYSIS OF COMPANY CAPABILITY USING 7S MCKINSEY FRAMEWORK TO SUPPORT CORPORATE SUCCESSION (CASE STUDY : PT X INDONESIA)*. 11(1), 45–53. <https://doi.org/10.22219/mb.v11i1>.
- Rosmalasari, T. D. (2017). Analisa Kinerja Keuangan Perusahaan Agroindustri Go Publik Sebelum dan Pada Masa Krisis. *Jurnal Ilmiah GEMA EKONOMI*, 3(2 Agustus), 393–400.
- Rosmalasari, T. D., Lestari, M. A., Dewantoro, F., & Russel, E. (2020). Pengembangan E-Marketing Sebagai Sistem Informasi Layanan Pelanggan Pada Mega Florist Bandar Lampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 27–32.
- Safitri, V. A. D., & Nani, D. A. (2021). Does Good Corporate Governance and Eco-Efficiency Really Contribute To Firm Value? an Empirical Study in Indonesian State-Owned Enterprises (Soes). *Akuntabilitas*, 15(1), 73–88. <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.12526>
- Sari, T. D. R. (2014). *PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU PERSEPSIAN TERHADAP PERILAKU KEPATUHAN PAJAK WP BADAN*. Universitas Lampung.
- Sari, T. D. R., & Sukmasari, D. (2018). Does Organizational Learning and Innovation Influence Performance? *Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport*, 6(1), 22–25.
- Sedyastuti, K., Suwarni, E., Rahadi, D. R., & Handayani, M. A. (2021). Human Resources Competency at Micro, Small and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry.

Proceedings of the 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020), 542(Ancosh 2020), 248–251. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210413.057>

Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas, 19 *Journal Management, Business, and Accounting* 320 (2020).

Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Strengthen Indonesia's Economic Post COVID-19. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. h. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. <https://doi.org/10.5296/bms.v12i2.18794>

View of Exploring the Relationship between Formal Management Control Systems, Organisational Performance and Innovation_ The Role of Leadership Characteristics.pdf. (n.d.).