

PENGARUH *INFLUENCER FINANCE*, *TREN SELF EMPLOYED GEN Z*, DAN *AWARENESS PAJAK* TERHADAP KEPATUHAN PAJAK GENERASI MILENIAL DENGAN MORALITAS PAJAK SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris Pada UMKM di Mall Internasional Plaza Palembang)

**HALAMAN SAMPUL LUAR
SKRIPSI**



NAMA : Agita Dwi Qonitah
NIM : 222022013

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2026**

SKRIPSI
PENGARUH *INFLUENCER FINANCE*, *TREN SELF EMPLOYED GEN Z*, DAN *AWARENESS PAJAK* TERHADAP KEPATUHAN PAJAK GENERASI MILENIAL DENGAN MORALITAS PAJAK SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Empiris Pada UMKM di Mall Internasional Plaza Palembang)

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



NAMA : Agita Dwi Qonitah
NIM : 222022013

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2026**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agita Dwi Qonitah
NIM : 222022013
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Perpajakan
Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Finance, Tren Self Employed Gen Z, Dan Awareness Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada UMKM Di Mall Internasional Plaza Palembang)*

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini

Palembang, Mei 2026



Agita Dwi Qonitah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Influencer Finance*, *Tren Self Employed Gen Z*, Dan *Awareness Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada UMKM Di Mall Internasional Plaza Palembang)*

Nama : Agita Dwi Qonitah
NIM : 222022013
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Perpajakan
Mata Kuliah : Akuntansi IT dan Solusi Bisnis

Diterima dan Disahkan
Pada tanggal, Mei 2026

Pembimbing I,



Dr. Betri, S.E., M.Si., Ak., CA., CTT
NIDN/NBM: 0216106902/944806

Pembimbing II,



Fenty Astrina, S.E., M.Si
NIDN/NBM: 0214118803/1188343

Mengetahui,
Dekan

Ketua Program Studi Akuntansi



Apriyanto, S.E., M.Si.

NIDN/NBM: 0216087201/859190

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Tidak semua perjalanan dimulai dengan keinginan, tetapi setiap perjalanan selalu membawa kita ke tempat yang tidak pernah kita bayangkan sebelumnya”

“Aku datang dengan banyak keraguan, tetapi waktu mengajarkanku untuk bertahan”

“Perjalanan ini mungkin bukan yang aku rencanakan, tetapi perjalanan ini membentukku”

“Terkadang kita tidak memilih jalan kita, tetapi jalan itulah yang membawa kita sampai sejauh ini”

(Agita Dwi Qonitah)

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ❖ Bapak dan Ibu**
- ❖ Keluargaku**
- ❖ Dosen Pembimbing**
- ❖ Almamaterku**

PRAKATA

Assalamua'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih maupun Maha Penyayang dan atas segala limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shallallahu alaihi wasallam sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Pengaruh *influencer Finance, Tren Self Employed Gen Z, dan Awareness Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi**", telah selesai sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab, yaitu BAB I pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian. BAB II kajian pustaka terdiri dari pengertian, pengukuran, dan kerangka pemikiran dan hipotesis. Kerangka pemikiran terdiri dari teori penghubung dan penelitian sebelumnya. BAB III metodologi penelitian. BAB IV hasil penelitian dan pembahasan serta BAB V simpulan dan saran.

Penulis menyadari bahwa proses penulisan penelitian ini masih banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan dan bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak serta berkah dan karunia dari Allah SWT sehingga kendala-kendala tersebut dapat diatasi sebagaimana mestinya. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya khususnya kepada kedua orang tua penulis Bapak Ony Prapto dan Ibu Indriani yang selalu mengirimkan do'a, dukungan,

semangat, dan kasih sayang. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Dosen pembimbing (I) Bapak Dr. Betri, S.E., M.Si., Ak., CA., CTT dan Pembimbing (II) Ibu Fenty Astrina, S.E.,M.Si yang telah sabar, tekun, tulus serta dengan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta memberikan bimbingan beserta motivasi yang membangun kepada penulis selama menyusun skripsi. Selain itu disampaikan juga ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, yaitu kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Abid Dzajuli, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, SE, AK., M.Si, selaku Dekan Fakultas Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak Aprianto, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Fenty Astrina, S.E, M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak Dr. Betri, S.E., M.Si., CA., CTT selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh Staff Pengajar, serta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Mami dan Papi, terima kasih atas kebaikan yang tak terhingga. Kesediaan kalian untuk mengantar dan mendampingi penulis dari awal masa studi memberikan dampak yang sangat besar dalam perjalanan penulis.

8. Semua Pihak Internasional Plaza Mall Palembang yang telah banyak membantu penulisan skripsi ini sampai selesai yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan atas bantuan yang telah diberikan dalam menyelesaikan penulisan ini.

Semoga Allah subhanahu wa ta'ala membalas kebaikan kalian semua atas terselesainya penulisan skripsi ini. Penulis menyadari dengan segala keterbatasan yang ada dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan baik dari pembaca maupun dari berbagai pihak. Semoga penyusunan skripsi ini dapat member manfaat bagi para pembaca

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Palembang, Mei 2026

Penulis

Agita Dwi Qonitah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Kepustakaan	13
1. Teori Umum (<i>Grand Theory</i>)	13
2. <i>Influencer Finance</i>	15
3. <i>Tren Self Employed Gen Z</i>	19
4. <i>Awareness Pajak</i>	24
5. Kepatuhan Pajak Generasi Milenial.....	27
6. <i>Moralitas Pajak</i>	31
B. Penelitian Sebelumnya.....	34
C. Kerangka Pemikiran.....	36

D. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi Penelitian.....	43
C. Operasionalisasi Variabel	43
D. Populasi dan Sampel	44
E. Data yang Diperlukan	45
F. Metode Pengumpulan Data.....	46
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Hasil Penelitian	59
1. Gambaran Singkat Tentang Mall Internasional Plaza Palembang.....	59
2. Tingkat Pengembalian Kuesioner	60
3. Gambaran Umum Responden Penelitian	60
4. Jawaban Responden	61
5. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	65
B. Hasil Pengelolaan Data	84
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	84
2. Analisis Deskriptif	90
3. Uji Asumsi Klasik.....	91
4. Uji Hipotesis	94
C. Pembahasan Hasil Penelitian	105
1. Hasil Uji Pengaruh <i>Influencer Finance</i> terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial.....	105
2. Hasil Uji Pengaruh <i>Tren Self Employed Gen Z</i> terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial.....	110
3. Hasil Uji Pengaruh <i>Awareness</i> terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial	115
4. Hasil Uji Pengaruh <i>Influencer Finance</i> Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial yang dimoderasi Moralitas Pajak	120

5. Hasil Uji Pengaruh <i>Tren Self Employed Gen Z</i> Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial yang dimoderasi Moralitas Pajak	125
6. Hasil Uji Pengaruh <i>Awareness</i> Pajak terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial yang dimoderasi Moralitas Pajak	129
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	134
A. Simpulan	134
B. Saran	134
DAFTAR PUSTAKA.....	136
LAMPIRAN.....	136

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya	34
Tabel III. 1	Daftar Mall Di Ilir Barat Kota Palembang.....	43
Tabel III. 2	Operasionalisasi Variabel.....	43
Tabel III. 3	Jumlah Responden	45
Tabel IV. 1	Daftar Pembagian Kuesioner	60
Tabel IV. 2	Deskripsi Karakteristik Responden	61
Tabel IV. 3	Hasil Jawaban Responden	63
Tabel IV. 4	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Keahlian.....	66
Tabel IV. 5	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Kepercayaan.....	67
Tabel IV. 6	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Daya Tarik.....	68
Tabel IV. 7	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Tingkat Kemandirian dan Otonomi	69
Tabel IV. 8	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Motivasi Menjadi Wiraswasta	70
Tabel IV. 9	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Inovasi dan Kreativitas	71
Tabel IV. 10	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Tingkat Profesionalisme	72
Tabel IV. 11	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Pengetahuan Perpajakan	74
Tabel IV. 12	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Manfaat Pajak	75
Tabel IV. 13	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Kepatuhan Administratif	76
Tabel IV. 14	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Partisipasi Warga Negara	77
Tabel IV. 15	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Kebanggaan	78
Tabel IV. 16	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Kepercayaan.....	79
Tabel IV. 17	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Kepatuhan Untuk Mendaftarkan Diri.....	80

Tabel IV. 18	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Kepatuhan Untuk Menyetorkan Kembali Surat Pemberitahuan	82
Tabel IV. 19	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Indikator Kepatuhan Dalam Pembayaran Tunggal	83
Tabel IV. 20	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Influencer Finance</i> (X_1)	85
Tabel IV. 21	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Tren Self Employed Gen Z</i> (X_2).....	86
Tabel IV. 22	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Awareness Pajak</i> (X_3)	87
Tabel IV. 23	Hasil Uji Validitas Moralitas Pajak (X_4)	87
Tabel IV. 24	Hasil Uji Validitas Kepatuhan Pajak Generasi Milenial (X_5)	88
Tabel IV. 25	Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian	89
Tabel IV. 26	Hasil Uji Deskriptif.....	90
Tabel IV. 27	Hasil Uji Multikolinearitas.....	93
Tabel IV. 28	Hasil Uji Regresi.....	95
Tabel IV. 29	Hasil Koefisien Determinasi	97
Tabel IV. 30	Hasil Uji t.....	98
Tabel IV. 31	Hasil Uji Analisis I <i>Moderated Refression Analysis</i>	100
Tabel IV. 32	Hasil Uji Analisis II <i>Moderated Refression Analysis</i>	100
Tabel IV. 33	Hasil Uji Analisis III <i>Moderated Refression Analysis</i>	102
Tabel IV. 34	Hasil Uji Analisis IV <i>Moderated Refression Analysis</i>	102
Tabel IV. 35	Hasil Uji Analisis V <i>Moderated Refression Analysis</i>	103
Tabel IV. 36	Hasil Uji Analisis VI <i>Moderated Refression Analysis</i>	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar IV. 1 Hasil Output SPSS Uji Normalitas (normal <i>P-P plot</i>).....	92
Gambar IV. 2 Hasil Output SPSS Uji Heterokedastisitas (<i>Scatterplot</i>).....	94

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner (Skala Ordinal)
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner (Skala Interval)
- Lampiran 4 Hasil Output SPSS
- Lampiran 5 Tabel Statistik
- Lampiran 6 Fotokopi Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 7 Fotokopi Surat Keterangan Riset Dari Tempat Penelitian
- Lampiran 8 Hasil Plagiat Turnitin
- Lampiran 9 Surat Keterangan Pelunasan BPP
- Lampiran 10 Fotokopi Sertifikat Membaca dan Menghafal Al-Quran
- Lampiran 11 Fotokopi Sertifikat SPSS
- Lampiran 12 Fotokopi Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 13 Fotokopi Sertifikat Komputer Akuntansi
- Lampiran 14 Fotokopi Sertifikat Perpajakan Lanjutan
- Lampiran 15 Fotokopi Sertifikat Internasional Management Week 2024
- Lampiran 16 Fotokopi Sertifikat Magang KAP Irfan Waluyo & Rekan
- Lampiran 17 Fotokopi Sertifikat SPT Tahunan Badan
- Lampiran 18 Fotokopi Sertifikat Magang Mandiri di DPRD Kota Palembang
- Lampiran 19 Fotokopi Sertifikat Brevet Pajak AB
- Lampiran 20 Fotokopi Sertifikat Webinar Karir Untuk Mahasiswa
- Lampiran 21 Fotokopi Sertifikat Smartpath Microsoft Office Webinar
- Lampiran 22 Fotokopi Sertifikat Peserta Lomba Cerdas Cermat Perpajakan
- Lampiran 23 Fotokopi Sertifikat Senior Activity Based Costing
- Lampiran 24 Fotokopi Sertifikat Komwasjak Mendengar
- Lampiran 25 Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi
- Lampiran 26 Biodata Penulis

ABSTRAK

Agita Dwi Qonitah/ 222022013/ Pengaruh *Influencer Finance*, *Tren Self Employed Gen Z*, dan *Awareness Pajak* Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada UMKM di Mall Internasional Plaza Palembang)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *influencer finance*, *tren self employed gen z* dan *awareness* pajak terhadap kepatuhan pajak generasi milenial dengan moralitas pajak sebagai variabel moderasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah empiris. Jenis penelitian yang digunakan bersifat asosiatif. Tempat penelitian dilakukan pada UMKM di Mall Internasional Plaza Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 127 responden. Sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data yaitu melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Alat analisis adalah regresi linier berganda dan MRA. Hasil analisis pada uji t menunjukkan bahwa *influencer finance* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kepatuhan pajak generasi milenial, *tren self employed gen z* berpengaruh dan signifikan terhadap kepatuhan pajak generasi milenial, dan *awareness* pajak berpengaruh dan signifikan terhadap kepatuhan pajak generasi milenial. Pada hasil uji hipotesis MRA moralitas pajak memoderasi namun memperlemah (*predictor moderator*) hubungan antara pengaruh *influencer finance* terhadap kepatuhan pajak generasi milenial, moralitas pajak tidak memoderasi (*homologister moderator*) hubungan antara *tren self employed gen z* terhadap kepatuhan pajak generasi milenial, dan moralitas pajak tidak memoderasi (*homologister moderator*) hubungan *awareness* pajak terhadap kepatuhan pajak generasi milenial.

Kata kunci : *Influencer Finance*, *Awareness Pajak*, *Moralitas Pajak*, *Tren Self Employed Gen Z*, *Kepatuhan Pajak Generasi Milenial*.

ABSTRACT

Agita Dwi Qonitah/ 222022013/ The Influence of Influencer Finance, Self-Employed Gen Z Trend, and Tax Awareness on Millennial Tax Compliance with Tax Morality as a Moderating Variable (Empirical Study on MSMEs at International Plaza Mall Palembang)

This study aims to determine the influence of financial influencers, the self-employed generation Z trend, and tax awareness on millennial tax compliance, with tax morality as a moderating variable. The approach used in this study is empirical. The type of research used is associative. The research location was conducted at MSMEs in the Palembang Plaza International Mall. The population in this study was 127 respondents. The sample used was a saturated sample. The data used were primary data. The data collection method was through distributing questionnaires. The data analysis method used was quantitative analysis. The analytical tools were multiple linear regression and MRA. The results of the t-test analysis showed that financial influencers had no significant effect on millennial tax compliance, the self-employed generation Z trend had a significant effect on millennial tax compliance, and tax awareness had a significant effect on millennial tax compliance. In the results of the MRA hypothesis test, tax morality moderates but weakens (predictor moderator) the relationship between the influence of financial influencers on millennial generation tax compliance, tax morality does not moderate (homologist moderator) the relationship between the self-employed gen z trend on millennial generation tax compliance, and tax morality does not moderate (homologist moderator) the relationship between tax awareness on millennial generation tax compliance.

Keywords : ***Influencer Finance, Tax Awareness, Tax Morality, Tren Self Employed Gen Z, Millennial Generation Tax Compliance.***

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi suatu negara sangat bergantung pada penerimaan pajak, di mana pajak merupakan sumber pendapatan negara yang sangat penting untuk membiayai Pembangunan dan kesejahteraan Masyarakat. Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi tulang punggung perekonomian, menyerap sebagian besar tenaga kerja dan berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Kadin Indonesia, 2024).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga memiliki peran yang sangat besar dan tidak dapat digantikan. Sektor ini meliputi sekitar 64,2 juta unit usaha, berkontribusi hingga 61,07% terhadap dan menyerap hampir 97% dari total tenaga kerja nasional (Junaidi, 2024). Karena peran ekonominya yang besar, UMKM menjadi sasaran utama untuk meningkatkan penerimaan pajak. Namun meskipun pemerintah telah memberikan kemudahan perpajakan, seperti tarif Pajak Penghasilan (PPh) Final sebesar 0,5% melalui Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, kepatuhan wajib pajak di sektor ini masih menghadapi tantangan dan potensi yang belum dimanfaatkan sepenuhnya.

Tantangan Kepatuhan Pajak bagi UMKM kini telah berubah seiring dengan perubahan demografi pelaku usaha. Generasi Milenial dan Gen Z saat ini mendominasi populasi penduduk Indonesia mencapai sekitar

53,81% dari total penduduk (Badan Pusat Statistik, 2021). Hal ini mendorong *tren self employed* yang cukup besar. Gen ini dikenal sangat cepat beradaptasi dengan teknologi dan informasi digital, sehingga banyak dari mereka memilih menjadi wirausaha muda atau pekerja keras (Katadata Insight Center, 2023). Ciri khas mereka yang mengandalkan informasi dari media sosial telah menciptakan saluran edukasi baru, seperti melalui *Influencer Finance*. Dengan karakteristik dan sumber informasi yang berbeda-beda, pendekatan untuk meningkatkan Kepatuhan Pajak bagi UMKM yang didominasi Gen ini perlu diteliti secara khusus.

Kepatuhan Pajak dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya *Influencer Finance*. *Influencer* adalah individu yang memiliki pengaruh besar di media sosial dan mampu mempromosikan produk atau layanan kepada pengikutnya. Kehadiran *influencer* membuat pengikut mendapatkan informasi yang lebih luas tentang produk atau layanan melalui pandangan, saran, dan pendapat yang mereka sampaikan sesuai dengan bidangnya. *Influencer* bisa dengan mudah mengubah pendapat pengikutnya dan meningkatkan pengetahuan agar lebih tertarik dan akhirnya mengambil sebuah keputusan khususnya dalam literasi keuangan (*financial*) (Amonisa et al., 2023).

Literasi keuangan (*financial*) adalah istilah untuk menggambarkan sebuah pengetahuan dan pemahaman dasar yang digunakan individu untuk mengambil keputusan keuangan (*financial*) yang baik guna mencapai kesejahteraan dalam keuangan (*financial*) (Nafiyah et al., 2023). Otoritas

Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan (*financial*) yaitu kemampuan seseorang memahami berbagai konsep dan risiko dalam keuangan (*financial*), keterampilan mengelola keuangan, dan kemampuan mengambil sebuah keputusan yang baik (Widhiastuti & Novianda, 2024).

Tazkia & Wijayanti (2022) menjelaskan bahwa *influencer finance* secara tidak langsung berperan sebagai penasihat keuangan. Meskipun mereka tidak secara resmi atau langsung menjadi penasihat keuangan, mereka memiliki pengaruh besar dalam memberikan informasi, saran, dan pandangan tentang keuangan kepada pengikutnya. Mereka bisa berbagi pengetahuan tentang investasi, cara mengelola keuangan, atau strategi keuangan lainnya melalui platform media sosial tau konten online. Walaupun bukan penasihat keuangan yang berlisensi, pengikut mereka sering mencari pendapat dan nasihat keuangan dari *influencer* ini apalagi dalam kalangan Gen muda dalam berwirausaha.

Pentingnya *influencer finance* semakin terlihat jelas ketika seseorang memutuskan untuk menjadi seorang wiraswasta (*self employed*). Wiraswasta (*self employed*) berasal dari kata wira yang artinya berani dan swasta yang artinya sendiri, maka wiraswasta adalah berani untuk menanggung resiko yang dihadapi sendiri. Sebagai pekerja mandiri, seorang wiraswasta (*self employed*) memiliki otonomi penuh dalam menentukan arah kebijakan usahanya, namun di sisi lain, mereka juga menghadapi ketidakpastian pendapatan yang memerlukan manajemen keuangan yang

lebih matang dibandingkan pekerja formal (Jamaludin & Djuhartono, 2022).

Kegiatan berwirausaha ini kini menjadi tren yang sangat menonjol di kalangan Gen Z yang memiliki preferensi kerja berbeda dibandingkan Gen sebelumnya. Lubis & Handayani (2022:21) mendefinisikan Gen Z adalah Gen yang dilahirkan antara tahun 1997 hingga 2012 dan dibesarkan pada era kemajuan teknologi. Tetapi tidak selamanya kedekatan Gen Z dengan teknologi memberikan keuntungan. Mereka lebih suka mengekspresikan diri sesuai dengan keinginan dan harapan mereka sendiri terutama untuk hal-hal yang bersifat baru dan menantang. Gen ini juga memiliki keterbukaan dalam menerima berbagai pandangan dan pola pikir sehingga mereka lebih mudah menerima keberagaman dan pandangan atas suatu hal.

Faktor lain yang meningkatkan Kepatuhan Pajak adalah kesadaran (*awareness*) yang muncul dari diri wajib pajak itu sendiri. Menurut Pawama et al (2021) kesadaran (*awareness*) pajak adalah kemampuan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan dengan benar, berdasarkan pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki oleh wajib pajak yang dimana wajib pajak memahami arti, fungsi dan tujuan pembayaran pajak.

Hikmah (2024:5) menyatakan bahwa Kepatuhan Pajak adalah unsur penting dalam sistem perpajakan karena berkontribusi pada pengumpulan pendapatan yang diperlukan oleh pemerintah untuk menjalankan berbagai program dan layanan. Kepatuhan Pajak yang tinggi dapat meningkatkan stabilitas fiskal dan memastikan adilnya distribusi beban pajak di

Masyarakat terutama untuk Generasi Milenial. Melihat peran krusial ini, penting untuk mengidentifikasi bagaimana karakteristik unik dari Gen ini dapat memengaruhi atau dimanfaatkan untuk meningkatkan kepatuhan mereka terhadap kewajiban perpajakan.

Menurut Madiistriyatno & Hadiwijaya (2020:8-9) Gen Y atau Generasi Milenial adalah Generasi yang dilahirkan antara tahun 1981-1996 yang peka terhadap perubahan informasi, gaya hidup dan gadget. Jumlah mereka kini mulai banyak di industri perbankan. Perbedaan antara Gen dapat menimbulkan variasi persepsi mengenai kepuasan kerja. Oleh karena itu, penting untuk memahami perbedaan karakteristik persepsi perbedaan perlakuan atau pendekatan manajemen. Tujuannya adalah agar setiap Gen mampu melakukan pekerjaannya secara optimal dan maksimal sesuai dengan ciri khas Gennya masing- masing.

Adapun hal yang mempengaruhi ketiga variabel independen terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial yakni Moralitas Pajak. Moral merupakan standar perilaku, baik secara lisan maupun tertulis yang mengarahkan individu untuk bertindak secara pantas dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam ranah perpajakan, moralitas muncul ketika seorang individu memandang pemenuhan kewajiban pajak sebagai bentuk tanggung jawab etis, bukan sekedar upaya menghindari sanksi hukum atau mencari keuntungan pribadi. Oleh karena itu, moralitas pajak menjadi faktor penentu utama dalam menjelaskan kejujuran wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya (Tanaya, 2022).

Alasan peneliti menggunakan Moralitas Pajak sebagai variabel moderasi adalah untuk memahami seberapa besar keyakinan etis dan rasa tanggung jawab akan mempengaruhi hubungan antar Influencer Finance, Tren Self Employed Gen Z, dan Awareness Pajak terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial. dengan menggunakan Moralitas Pajak sebagai variabel moderasi, penelitian ini ingin mengetahui seberapa kuat atau lemah hubungan antar variabel-variabel tersebut terhadap dorongan wajib pajak untuk membayar pajak secara sukarela.

Berdasarkan penelitian yang sebelumnya dilakukan Zhafira (2024), Saputra et al (2025), serta Nasikhah & Prasetyo (2025) menjelaskan bahwasannya edukasi melalui *influencer finance* memiliki pengaruh positif terhadap Kepatuhan Pajak. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Risti & Putra (2022), Balqis & Rusdi (2020), Ayuhanas & Rahayu (2025) hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan informasi dari *influencer finance* tidak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Pajak.

Selain faktor *Influencer Finance* terhadap Kepatuhan Pajak, adapun beberapa hasil penelitian sebelumnya tentang *Tren Self Employed Gen Z* terhadap Kepatuhan Pajak yang dilakukan oleh Dewi (2025), Fitrianti et al (2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa wajib pajak orang pribadi yang memperoleh penghasilan dari pekerjaan bebas (*self employed*) sebagian besar telah berperilaku patuh. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan. Pentanurbowo (2022), Anjanni et al (2019) hasil penelitian menunjukkan

bahwa wajib pajak non karyawan yang melapor dalam kurun 3 tahun menurun.

Adapun Penelitian yang sebelumnya dilakukan Siregar et al (2025), Sandra & Chandra (2021), Yulianti (2022), Suci et al (2023), Utami et al (2024) menyatakan bahwa Kesadaran (*awareness*) Wajib Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Pajak. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Karnedi & Hidayatulloh (2019), Kusuma (2025), Hama (2021) dan Dhiu & Handayani (2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran (*awareness*) Wajib Pajak tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

Adapun fenomena menarik yang muncul beberapa tahun terakhir adalah *Influencer Finance*. Kantor Wilayah DJP Sumatera Selatan dan Kepulauan Bangka Belitung secara aktif telah menggandeng para *Influencer* di Kota Palembang untuk memasyarakatkan dan menyosialisasikan pajak (DJP Sumatera Selatan dan Kepulauan Bangka Belitung, 2022). Fenomena ini menegaskan bahwa *Influencer Finance* telah menjadi media kampanye alternatif yang diakui DJP. Namun di sisi lain, Ringkang Gumiwang menuliskan bahwa Kepatuhan Pajak dari kalangan *Influencer* dan *Content Creator* masih menjadi sorotan nasional, dimana DJP harus memantau gaya hidup mewah dan potensi penghasilan mereka menggunakan teknologi *crawling* (Gumiwang, 2025). Hal ini menciptakan kesenjangan apakah *influencer* berhasil mendorong kepatuhan UMKM Milenial atau justru fokus pada penghindaran pajak yang dapat diakses oleh audiens Milenial.

Selain itu, fenomena *Tren Self Employed Gen Z* yang dikutip oleh Husen Miftahudin dalam laporannya di Metro TV yang menyebutkan bahwa Menteri BUMN mendorong pelaku usaha muda Palembang untuk menjadi penggerak ekonomi, menunjukkan bahwa Milenial dan Gen Z telah menjadi fokus utama dalam pertumbuhan UMKM (Miftahudin, 2023). Kemudian Pemerintah juga memfasilitasi Gen Z untuk membuka usaha *online shop* sebagai peluang besar bagi Pemerintah untuk menunjukkan komitmen pemerintah mendukung pertumbuhan usaha Gen Z untuk menjadi penggerak ekonomi sehingga telah menjadi focus utama dalam pertumbuhan UMKM (Redaksi Merdeka, 2025). Penelitian ini menguji apakah status *Self Employed Gen Z* ini secara langsung membentuk tingkat Kepatuhan Pajak mereka.

Adapun fenomena terkait Kesadaran (*awareness*) Pajak dimana Kantor Pelayanan Pajak Pratama Seberang Ulu aktif mengadakan *workshop* dan edukasi kepada pelaku UMKM dengan merangkul mereka dan membagikan ilmu mengenai usaha sehingga mereka paham dan tidak akan sulit untuk membuat mereka membayar pajak. Ini menunjukkan bahwa masalah kesadaran (*awareness*) dan Kepatuhan Pajak sedang diupayakan solusinya di tingkat local (DJP, 2025)

Survey pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti yang menjadi langkah awal dalam melakukan penelitian ini, dilakukan di beberapa UMKM yang dimiliki oleh Gen Z dan Generasi Milenial di Mall Internasional Plaza Palembang. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara

kepada responden, ditemukan indikasi kuat adanya kesenjangan antara *influencer finance*, *tren self employed gen z* dan *awareness* pajak terhadap perilaku Kepatuhan Pajak.

Pertama, disebutkan oleh Wati selaku pemilik salah satu UMKM generasi milenial yang ada di Mall Internasional Plaza Palembang bahwa responden aktif mengikuti edukasi dan informasi dari *influencer finance* di media sosial salah satu *influencer* terkenal yaitu Raditya Dika yang menjelaskan tentang pentingnya mengelola keuangan dengan baik, namun terdapat keraguan yang signifikan di kalangan mereka mengenai konsisten informasi tersebut dengan regulasi perpajakan resmi. Kedua, disebutkan oleh Tina selaku pemilik salah satu UMKM generasi z yang ada di Mall Internasional Plaza Palembang bahwa di tengah dorongan kuat untuk menjadi wiraswasta (*Self Employed*) dan memiliki kemandirian berusaha di kalangan Gen Z, masih ditemui kesulitan dalam memastikan Kepatuhan Pajak secara utuh. Hal ini mengindikasikan bahwa inisiatif dan pengetahuan saja tidak cukup untuk menjamin perilaku patuh. Ketiga, disebutkan oleh Joko selaku pemilik salah satu UMKM generasi z yang ada di Mall Internasional Plaza Palembang, meskipun wajib pajak menunjukkan bahwa kesadaran (*awareness*) pajak yang mendasar mengenai fungsi dan manfaat pajak bagi pembangunan negara, kesadaran tersebut belum sepenuhnya termanifestasi menjadi tindakan kepatuhan sukarela.

Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang pentingnya pajak tidak secara otomatis mendorong komitmen untuk patuh. Oleh karena itu,

hasil survey pendahuluan ini menegaskan adanya kesenjangan empiris yang memerlukan pengujian lebih lanjut. Penelitian ini menjadi esensial untuk menguji seberapa besar peran moralitas pajak sebagai variabel moderasi dalam menjembatani dan memperkuat pengaruh faktor – faktor eksternal dan internal tersebut terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan beberapa hasil penelitian yang berbeda – beda maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Influencer Finance*, *Tren Self Employed Gen Z*, dan *Awareness* Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial dengan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh *Influencer Finance* Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial?
2. Bagaimana Pengaruh *Tren Self Employed Gen Z* Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial?
3. Bagaimana Pengaruh *Awareness* Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial?
4. Bagaimana Pengaruh *Influencer Finance* terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Penggunaan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi?

5. Bagaimana Pengaruh *Tren Self Employed Gen Z* terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Penggunaan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi?
6. Bagaimana Pengaruh *Awareness* Pajak terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Penggunaan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh *Influencer Finance* Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh *Tren Self Employed Gen Z* Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh *Awareness* Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh *Influencer Finance* Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Penggunaan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi.
5. Untuk Mengetahui Pengaruh *Tren Self Employed Gen Z* Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Penggunaan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi.

6. Untuk Mengetahui Pengaruh *Awareness* Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Penggunaan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dalam bidang Perpajakan, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi untuk menambah wawasan mengenai Pengaruh *Influencer Finance, Tren Self Employed Gen Z*, dan *Awareness* Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi penting bagi Perusahaan mengenai Pengaruh *Influencer Finance, Tren Self Employed Gen Z*, dan *Awareness* Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Generasi Milenial Dengan Moralitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dan menambah ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi acuan atau kajian bagi penulisan di masa yang akan datang serta menjadi bahan pembandingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. M. (2019). *Social cognitive theory: A Bandura thought review published in 1982-2012*. *Psikodimensia*, 18(1), 85–100.
- Agasi, M. R., Hermawan, A., & Purwaamijaya, B. M. (2025). Dampak *Financial Influencer* dan *Fear of Missing Out* terhadap Pengalaman Investasi Aset Kripto pada Investor Generasi Z. *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 4(11), 10565–10578.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2020). *The theory of planned behavior: Frequently asked questions*. *Human behavior and emerging technologies*, 2(4), 314–324.
- Alshammari, Y. S. (2024). *Financial Literacy and the Sustainability of Self-Employed Individuals in the Digital Economy*. *Journal of Business and Economics Review*, 9(1), 112–128.
- Amah, N., & Choirunisa, R. (2022). *Perilaku Kepatuhan Pajak: Perspektif Moralitas Dan Kesadaran*. UNIPMA Press.
- Amonisa, Rodiah, S., & Ahyaruddin, M. (2023). Pengaruh Influencer Keuangan, Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Umri Dipasar Modal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(3), 492–501.
- Anastasya, L., Ridha, A., & Windarsari, W. R. (2025). *Mind over media: Moderasi literasi keuangan dalam pengaruh finfluencer dan FOMO terhadap keputusan investasi pada investor pemula*. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 8 (2).
- Anjanni, I. L. P., Hapsari, D. W., & Asalam, A. G. (2019). Pengaruh Penerapan *Self Assessment System*, Pengetahuan Wajib Pajak, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak: Studi pada Wajib Pajak Orang Pribadi Non Karyawan di KPP Pratama Ciamis Tahun 2017. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(1), 11–19.
- Ariestiningsih, E. S., Has, D. F. S., Kurniawan, B. A., Yuliati, L. Y., Laurita, H. P., & Arifani, M. N. (2025). *Effectiveness of peer education based on social cognitive theory in preventing anemia among adolescent girls at the State Senior High School 1 Kebomas Gresik*. *AcTion: Aceh Nutrition Journal*, 10(2), 461–470.
- Arini, D., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh kesadaran, sanksi administrasi, pengetahuan, kemauan terhadap kepatuhan wajib pajak generasi millennial. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(8).
- Astuti, R. ., & Putri, Y. . (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pemanfaatan E-Commerce, Dan Budaya Generasi Milenial Terhadap Kepatuhan Pajak. *Jurnal*

- Riset Akuntansi Dan Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 291–300.
- Ayuhanas, W. A., & Rahayu, H. A. (2025). Studi kepatuhan dan kendala pajak bagi influencer tiktok di indonesia. *Jurnal Bisnis Terapan*, 9(2), 166–176.
- Azizah, N., Rachmawati, I. K., & Maskan, M. (2025). Analisis pengaruh sosial media instagram, kualitas pelayanan jasa konsultan pajak, dan kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pada klien kantor konsultan pajak Nanang Hermanto. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(03), 260–280.
- Azzahra, N., & Sofianty, D. (2023). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak dan Pengetahuan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Bandung Conference Series: Accountancy*.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*.
- Bakar, M. A. A. A., Palil, M. R., & Maelah, R. (2023). *The effects of social media on tax compliance: a mediating role of tax morale*.
- Balqis, A., & Rusdi. (2020). Pengaruh kesadaran pajak, subjective norm, dan media sosial terhadap kepatuhan wajib pajak pengguna media sosial. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi (SENA) III*, 3(1).
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Wiley.
- Dalimunthe, S., & Silalahi, S. . (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Moralitas Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 34–48.
- Darmayasa, I. N., Pariani, P. A. R., & Mandia, I. N. (2022). Moral pajak, pemeriksaan, sanksi, kepatuhan pajak umkm: Peran moderasi kesadaran pajak. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 3(2), 316–330.
- Dewi, N. (2024). *Kewirausahaan Digital: Strategi Pemasaran Di Berbagai Platform Media Sosial*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Dewi, N. I. K., Sanjaya, N. S., Mataram, I. G. A. B., Adiningrat, G. P., Riyasa, I. A. P. W., Utami, M. A. J. P., & Wardana, M. A. (2024). *Influencer Marketing dan Gen Z*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Dewi, S. Z. N. (2025). *Analisis kepatuhan pajak freelancer di era gig economy*. Nusa Putra University.
- Dhiu, P. K., & Handayani, N. (2023). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Dan Kebijakan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(7).
- DJP. (2025). *Pelaku UMKM Palembang Ikuti Workshop “Semua Jadi Duit.”* Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kementerian Keuangan RI.

<https://www.pajak.go.id/index.php/id/berita/pelaku-umkm-palembang-ikuti-workshop-semua-bisa-jadi-duit>

- DJP Sumatera Selatan dan Kepulauan Bangka Belitung. (2022). *Pajak Sumselbabel Gandeng Influencer untuk Memasyarakatkan Pajak*. Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kementerian Keuangan RI. <https://www.pajak.go.id/index.php/id/node/77347>
- Erina, L., Martina, & Saptawan, A. (2024). *Etika Publik Dan Kebijakan Perpajakan: Perspektif Moralitas Wajib Pajak*. UNSRI Press.
- Falya, D., & Dirkareshza, R. (2021). Urgensi Peraturan Pajak Dalam Aktivitas Endorsement Yang Dilakukan Oleh Influencer Instagram. *Jurnal Usm Law Review*, 4(2), 756–776.
- Farhan, A., Rusmita, S., & Novuarty, H. (2025). *Akuntansi Dan Perpajakan Digital: Tantangan Dan Peluang Di Era Baru*. UNTAN Press.
- Fitri, F. (2022). Tax knowledge and tax morale in improving taxpayer compliance. *Management and Economics Journal*.
- Fitrianti, R. N., Ustman, U., & Marsum, M. (2024). Pengaruh Digitalisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak UMKM dengan Gen-Z sebagai Variabel Moderasi. *Kabillah*, 9(1), 94–103.
- Gumiwang, R. (2025). *Membuka selubung potensi pajak influencer sosial media*. DDTC News. <https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/1812884/membuka-selubung-potensi-pajak-influencer-sosial-media>
- Haizumah, N., & Hayati, N. (2022). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 125–140.
- Hama, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Peraturan Pajak, dan Penyuluhan Perpajakan terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Transaksi E-Commerce. *Ascarya: Journal of Islamic Science, Culture, and Social Studies*, 1(2), 173–185.
- Hartini, O., & Sopian, D. (2018). Pengaruh pengetahuan perpajakan dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak pribadi. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(2), 43–56.
- Herdiatna, M. R., & Lingga, I. S. (2022). Pengaruh pemahaman pajak dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan pajak UMKM di Kota Bandung. *Journal of Accounting, Finance, Taxation, and Auditing (JAFTA)*, 4(1), 13–28.
- Hikmah, N. (2024). *Perpajakan Indonesia: Teori dan Implementasi Kepatuhan Pajak*. Salemba Empat.
- Ibrahim, M. B., Sari, F. P., Kharisma, L. P. I., Kertati, I., Artawan, P., Sudipa, I. G. I., Simanihuruk, P., Rusmayadi, G., Muhammadiyah, M., & Nursanty, E.

- (2023). *Metode Penelitian Berbagai Bidang Keilmuan (Panduan & Referensi)*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Jamaludin, A., & Djuhartono, T. (2022). Penyuluhan Kewirausahaan bagi Pedagang Kuliner di Rt 01 Rw 01 Pondok Kopi Jakarta Timur. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 5(3), 313–321.
- Junaidi, M. (2024). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Curup – Direktorat Jenderal Perbendaharaan (DJPb), Kementerian Keuangan RI. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Kadin Indonesia. (2024). *UMKM Indonesia*. Kadin Indonesia. <https://kadin.id/Data-Dan-Statistik/UMKM-Indonesia/>
- Karnedi, N. F., & Hidayatulloh, A. (2019). Pengaruh kesadaran perpajakan, sanksi pajak dan tax amnesty terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Profita: Komunikasi Ilmiah Dan Perpajakan*, 12(1), 1–9.
- Katadata Insight Center. (2023). *Survei Karakteristik Pekerjaan Gen Muda Indonesia*. Katadata Insight Center. <https://katadata.co.id>
- Kusuma, G. A. (2025). *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pemahaman Pajak dan Sanksi Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Restoran di Kabupaten Badung*. Politeknik Negeri Bali.
- Kwon, H. R., & Silva, E. A. (2020). Mapping the landscape of behavioral theories: Systematic literature review. *Journal of Planning Literature*, 35(2), 161–179.
- Lubis, A. S., & Handayani, R. (2022). *Generasi Z dan Entrepreneurship: Studi Teoretis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha* (Cetakan I). PT Jawa Mediasindo Lestari (Penerbit Bypass).
- Madiistriyatno, H., & Hadiwijaya, D. (2020). *Generasi Milenial: Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis dan Adversity Quotient (AQ)* (Cetakan I). Indigo Media.
- Manrejo, S. (2023). *Hukum Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak Di Indonesia*. Pustaka Amma Press.
- Miftahudin, H. (2023). *Wirausaha Milenial Bakal Jadi Penggerak Ekonomi*. Metro TV. <https://www.metrotvnews.com/read/NOICYdv4-wirausaha-milenial-bakal-jadi-penggerak-ekonomi>
- Mursalin. (2021). Pengaruh kesadaran wajib pajak, sanksi pajak, dan moral wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Ekonomika*.
- Nafiyah, I., Maulidya, A., Rosyada, N., Putri, E. K., Lestari, E., & Adinugraha, H. H. (2023). Meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat Desa Kebanggan Kecamatan Moga melalui program literasi bank syariah. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 508–512.

- Nasikhah, A., & Prasetyo, A. S. (2025). Literasi Keuangan Dan Budaya Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Yang Dimoderasi Oleh Digitalisasi Perpajakan. *Jurnal TAMBORA*, 9(1), 89–98.
- Nugrahani, R. (2025). Pengaruh kesadaran wajib pajak dan moralitas pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Permana*.
- Nurdiana, S. (2025). Pengaruh kesadaran pajak terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *Jurnal Locus2*.
- Pawama, S. D., Sondakh, J. J., Warongan, J. D. L., Akuntansi, M., Ekonomi, F., Ratulangi, S., Kampus, J., & Bahu, U. (2021). Pengaruh kesadaran wajib pajak, transparansi pajak dan Penggunaan aplikasi e-filing terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada umkm di kota Manado. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "GOODWILL"*, 12(1), 38–50.
- Pentanurbowo, S. (2022). Analisis Kepatuhan Pelaporan Spt Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi Karyawan Dan Non Karyawan Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pondok Gede Kota Bekasi. *Journal of Syntax Literate*, 7(6).
- Permatasari, Y. I. (2022). Pengaruh pemahaman dan pengetahuan, kesadaran, pelayanan pajak, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak (Studi empiris wajib pajak orang pribadi di Desa Denggungan, Kec. Banyudono, Kab. Boyolali). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 356–365.
- Pertiwi, I. F. P. (2017). Moral pajak: Sebuah opsi peningkatan kepatuhan pajak masyarakat muslim. *AL-QARDH*, 2(1), 12–25.
- Prihatiningtias, Y. W., & Karo, G. N. P. K. (2021). The income tax compliance of social media influencers during COVID-19 pandemic: An exploratory study. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 18(2).
- Putri, A. R., Nur, M., Digidowiseiso, K., & Samsudin, Z. A. (2024). The Effect Of Tax Sanctions And Tax Knowledge On Individual Taxpayer Compliance With Tax Morals As A Moderation Variable. *Journal of Syntax Transformation*, 5(2).
- Putri, E. N., Dewi, R. K., & Wijaya, R. (2025). *Pengaruh Lingkungan Sosial dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP.
- Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan Indonesia: Konsep dan Aspek Formal*. Graha Ilmu.
- Rahayu, S. K. (2020). *Perpajakan Indonesia: Konsep Dan Aspek Formal*. Rekayasa Sains.
- Rahayu, S. K., & Akram, A. (2021). The Role Of Tax Morale In Moderating The Relationship Between Income Level And Tax Compliance Of Self-Employed.

Journal Of Economics, Business, & Accountancy Ventura, 24(1), 45–58.

- Rahmawati, F., Aligarh, F., Wardani, M. K., & Puspitosari, I. (2025). Tax compliance in the digital age: The interplay between social media and tax morale. *Proceeding International Conference on Accounting and Finance*, 548–558.
- Redaksi Merdeka. (2025). *Pemkot Palembang Dukung Gen Z Jadi Pengusaha Olshop Lewat Pasar Digital*. Planet Merdeka. https://planet.merdeka.com/hot-news/pemkot-palembang-dukung-gen-z-jadi-pengusaha-olshop-lewat-pasar-digital-313422-mvk.html?page=5#google_vignette
- Rinaldi, M., Fitria, Y., Ramadhani, M. A., Ariandi, M. A., & Mohamed, N. N. (2025). Social Media Engagement on TikTok and Digital Tax Compliance: The Mediating Role of Tax Morale. *Accounting and Finance Studies*, 5(4), 383–395.
- Rismayanti, Mira, & Masrullah. (2025). Pengaruh Moral Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak Orang Pribadi Dengan Trust Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT) Vol, 4(4)*, 1172–1178.
- Risti, C. A. M., & Putra, R. J. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pemanfaatan Financial Technology Terhadap Kepatuhan Pajak Pebisnis Online Yang Dimoderasi Digitalisasi Perpajakan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2574–2583.
- Rudiana. (2025). Pengaruh Literasi Pajak \& Penerapan Sistem E-Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di {KPP} Pratama Sukabumi. *Artikel Publikasi Prodi Akuntansi, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Rusli, M. (2025). The influence of tax awareness, tax knowledge, and tax morale on taxpayer compliance. *Journal of Law, Policy and Humanities*.
- Safari, T., Heridiansyah, J., Susetyarsi, T., & Marhamah, M. (2022). Analisis Faktor Penentu Yang Mempengaruhi Minat Wirausaha Mahasiswa Stie Semarang Program Studi Manajemen. *JURNAL STIE SEMARANG (EDISI ELEKTRONIK)*, 14(2), 215–224.
- Safitri, N., Pangaribuan, D., & Sianipar, P. B. H. (2025). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Moralitas Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Budaya Pajak sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 321–339.
- Salsabila, A., & Sulasmiyati, S. (2023). The Influence Of Social Media Influencers On Tax Knowledge And Its Impact On Taxpayer Compliance. *Journal Of Taxation And Business*, 4(1), 22–35.
- Sandra, A., & Chandra, C. (2021). Pengaruh Tarif Pajak, Sanksi Pajak dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 5(2), 153–168.

- Saputra, K. E., Kumalawati, L., & Rahayu, N. E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Kesadaran Wajib Pajak dan Kualitas Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Madiun. *Equivalent: Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(2), 893–909.
- Sari, D. ., & Saputri, D. (2022). Pengaruh Kesadaran Pajak, Sosialisasi Pajak, Dan Moralitas Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*, 18(1), 12–25.
- Sarmanto, U. A., & Farina, K. (2021). Pengaruh Penerapan Self Assessment System, Sanksi Pajak Dan Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*.
- Sembodo, E., & Sova, M. (2025). *Konsep Perpajakan di Indonesia*. PT Nafal Global Nusantara.
- Setiawan, A., & Arwani, A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Gen Z Dalam Memilih Self-Employed Sebagai Jenjang Karir. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi*, 1(1), 45–58.
- Siregar, A. A. H., Syahfitri, N. N., & Apriliani, R. R. (2025). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Pajak pada Sektor UMKM. *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 3(4), 71–78.
- Suandy, E. (2011). *Hukum Pajak (Edisi 5)*. Salemba Empat.
- Suci, B. M., Putri, T. E., & Eprianto, I. (2023). Pengaruh Kesadaran Pajak, Sosialisasi Pajak Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *JURNAL ECONOMINA*.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. In *Alfabeta Bandung*.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Cetakan Pe). Pustaka.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian*. PUSTAKABARUPRESS.
- Sujarweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami* (Cetakan Pertama). Pustakabarupress.
- Sularsih, H., & Wikardojo, S. (2021). Moralitas dan kesadaran terhadap kepatuhan wajib pajak {UMKM} dengan memanfaatkan fasilitas perpajakan dimasa pandemi {C}ovid-19. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2), 225–234.
- Szaban, J. M., & Skrzek-Lubasinska, M. (2018). Self-Employment and Entrepreneurship: A Theoretical Approach. *Journal of Management and Business Administration. Central Europe*, 26, 120–189.
- Tambun, S., & Ananda, N. A. (2022). Pengaruh Kewajiban Moral Dan Digitalisasi Layanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Nasionalisme

Sebagai Pemoderasi. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi.*

- Tambun, S., & Haryati, A. (2022). Moderasi Sikap Nasionalisme Atas Pengaruh Moral Pajak Terhadap Kesadaran Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi.*
- Tanaya, E. . (2022). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Religiusitas, Budaya dan Moralitas Pajak terhadap Kepatuhan Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi Non-Karyawan di Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jawa Tengah II.* Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Tazkia, A., & Wijayanti, R. (2022). Pengaruh Influencer Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal. *Jurnal Management Risiko dan Keuangan.*
- Utami, S., Dumadi, D., & Ernitawati, Y. (2024). Pengaruh Pelayanan Perangkat Desa, Transparansi Penggunaan Dana Desa, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bumi Dan Bangunan Desa Luwungragi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika, 17(2), 1828–1839.*
- Wahyuni, S., & Husda, A. P. (2025). Ekobistek journal. *Ekobistek Jurnal, 85–91.*
- Wardani, D. K., Prihatni, Y., & wulandari, A. (2022). Pengaruh Tax Morale Terhadap Niat Untuk Patuh Calon Wajib Pajak Dengan Kesadaran Pajak Sebagai Variabel Moderasi. *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan.*
- Wibowo, A. (2022). INFLUENCER, Digital Marketing. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1–123.*
- Widhiastuti, R. N., & Novianda, B. F. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Generasi Z Di Jabodetabek. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis.*
- Winataputra, U. S., Budimansyah, D., Sapriya, Kuswanjono, A., Nurdin, E. S., Winarno, Mustansyir, R., Munir, M., Hartanto, R. V. P., Irawaty, & Martini. (2016). *Kesadaran Pajak dalam Pendidikan Tinggi.* Kementerian Keuangan RI DJP.
- Wulandari, R., & Hariko, R. (2024). Literasi Digital Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z. *Risalah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam, 10(3), 983–996.*
- Yulianti, L. N. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Pemahaman Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19. *MANAJEMEN.*
- Zhafira, F. T. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pemanfaatan Financial Technology Terhadap Kepatuhan Pajak UMKM Dengan Digitalisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada UMKM Di Yogyakarta).* Universitas Islam Indonesia.