

ANALISIS EFEKTIFITAS KEBIJAKAN PAJAK, LINGKUNGAN WAJIB PAJAK DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEGIATAN TRANSAKSI *E-COMMERCE*

Alfredo Rachman & Ngadiman

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara Jakarta

Email: alfredorachman@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study is to find out the effectiveness of Indonesian tax policy on E-Commerce transactions and their impact on the environment of taxpayers and taxpayer awareness of E-Commerce transactions for the 2019 period. Samples using the purposive sampling method included in the non-probability sampling where 107 samples have been collected. The data processing technique uses the help of the Statistical Package for the Social Sciences 25 program (SPSS 25.0) and Microsoft Excel 2019. The results of this study partially show that tax policy has a significant influence on E-Commerce transaction activities, while the taxpayer environment and compulsory awareness tax does not have a significant effect on E-Commerce transaction activities. But simultaneously, this study shows that tax policy, the taxpayer environment and taxpayer awareness have a significant influence on E-Commerce transaction activities.*

Keywords: *tax, environment, taxpayer, E-Commerce.*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat keefektifan kebijakan pajak Indonesia atas transaksi *E-Commerce* dan dampaknya terhadap bagi lingkungan wajib pajak dan kesadaran wajib pajak atas transaksi *E-Commerce* untuk periode 2019. Sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* yang termasuk dalam metode *non-probability sampling* dimana telah terkumpul sebesar 107 sampel. Teknik proses data menggunakan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences 25* (SPSS 25.0) dan *Microsoft Excel 2019*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara parsial bahwa kebijakan pajak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan transaksi *E-Commerce*, sementara lingkungan wajib pajak dan kesadaran wajib pajak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan transaksi *E-Commerce*. Tetapi secara stimultan, penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan pajak, lingkungan wajib pajak dan kesadaran wajib pajak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kegiatan transaksi *E-Commerce*.

Kata Kunci: pajak, lingkungan, wajib pajak, *E-Commerce*.

Latar Belakang

Pajak merupakan salah satu pendapatan negara terbesar, dan digunakan untuk penyelenggaraan dan aktivitas negara. Dari pendapatan pajak inilah pemerintah dapat menjalankan fungsi negara. Berbagai upaya telah dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak untuk meningkatkan penerimaan pajak salah satunya melalui reformasi di bidang administrasi perpajakan yang lebih modern dengan memanfaatkan teknologi informasi. Tujuan dalam pemanfaatan ini adalah untuk meningkatkan kepercayaan Wajib Pajak terhadap administrasi perpajakan. Salah satu contoh teknologi yang dikembangkan oleh Direktorat Jendral Pajak adalah aplikasi *E-Billing*.

Kementerian Keuangan (Kemenkeu) telah mencatat realisasi penerimaan pajak dalam jangka waktu sepuluh bulan tahun ini telah mencapai sebesar Rp 1.173,89 triliun atau sebesar 65,71% dari target APBN 2019 yang direncanakan dapat mencapai Rp 1.786,38 triliun. Secara rinci, realisasi penerimaan pajak tahun ini terbesar berasal dari pajak dalam negeri. Kemajuan teknologi informasi juga memberikan pengaruh secara tidak langsung dalam pemenuhan Penerimaan Pajak. Hal ini dapat dilihat dengan adanya kemajuan transaksi *E-Commerce*. Lembaga riset *Hootsuite* melaporkan bahwa semakin banyak orang Indonesia yang belanja melalui *E-Commerce*, dimana total penjualan dan pendapatan di Indonesia mencapai USD 9,5 Miliar atau setara dengan Rp 133,5 triliun.

Dari data diatas maka peneliti akan menganalisis efektifitas kebijakan pajak terhadap transaksi *E-Commerce* beserta Lingkungan Wajib Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap transaksi *E-Commerce*.

Kajian Teori

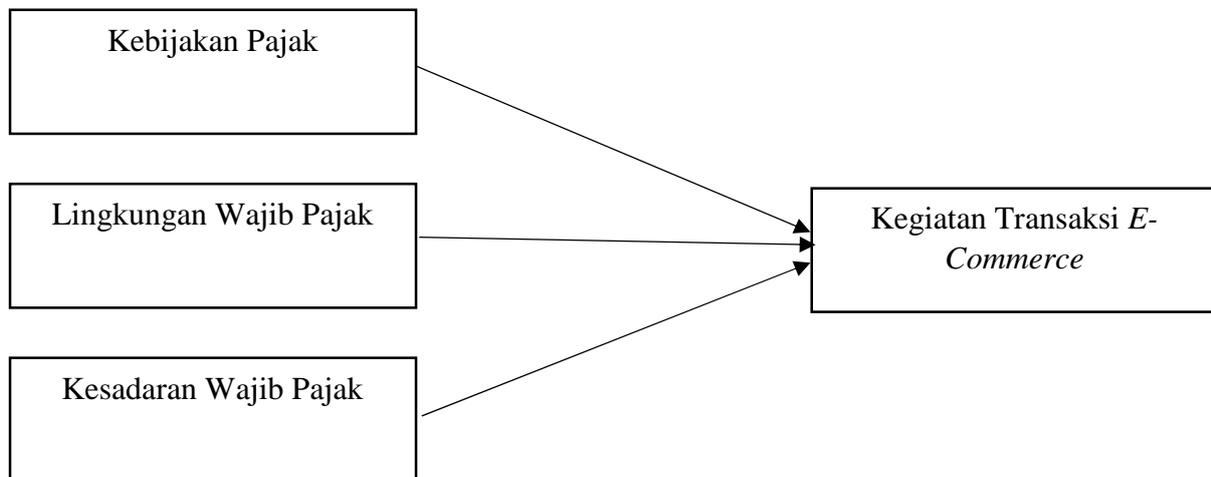
Menurut Mr. Dr. NJ. Feldman (1949) dalam buku *De Over Heidmiddelen Van Indonesia*, pajak adalah Prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada pengusaha (menurut norma-norma yang diterapkan secara umum), tanpa adanya kontra prestasi dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum. Berdasarkan Pasal 1 UU tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) No. 6 Tahun 1983 jo UU KUP No. 16 Tahun 2009 pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan ketentuan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pemungutan pajak, kini berubah dengan melibatkan pembayar pajak melalui aturan yang dibuat antara penyelenggara pemerintah dengan rakyat melalui perwakilannya.

Lingkungan. Menurut Widyastuti (2015) bahwa lingkungan adalah sesuatu yang ada di alam sekitar yang memiliki makna dan/atau pengaruh tertentu terhadap individu. Lingkungan Wajib Pajak merupakan lingkungan yang dapat mempengaruhi Wajib Pajak untuk patuh ataupun tidak terhadap kewajiban perpajakannya.

Kesadaran Wajib Pajak. Menurut Pandapotan Ritonga (2011) kesadaran wajib pajak merupakan perilaku wajib pajak berupa pandangan atau persepsi yang melibatkan keyakinan, pengetahuan dan penalaran seta kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan stimulus yang diberikan oleh sistem dan ketentuan pajak yang berlaku.

E-Commerce. Menurut Loudon (1998) E-commerce adalah suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan. *E-Commerce* merupakan salah satu dari subjek pajak yang mempunyai kewajiban untuk membayar pajak. Kewajiban membayar pajak harus dilakukan oleh semua wajib pajak tanpa terkecuali.

Berikut ini adalah model penelitian yang menunjukkan hubungan variable independent dengan variable dependen:



Hipotesis dari model yang dibangun diatas adalah sebagai berikut:

Ho₁: Kebijakan Pajak berpengaruh signifikan terhadap kegiatan transaksi *E-Commerce*

Ho₂: Lingkungan Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap kegiatan transaksi *E-Commerce*

Ho₃: Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh signifikan terhadap kegiatan transaksi *E-Commerce*

Metode Penelitian

Objek penelitian ini difokuskan pada Wajib Pajak yang mempunyai penghasilan melalui transaksi *E-Commerce* yang berlokasi di Jakarta selama periode 2019. Objek penelitian ini menggunakan hipotesis kuantitatif dengan tehnik pengumpulan data berupa kuesioner. Jumlah Populasi penelitian ini adalah 239 Wajib Pajak. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria dimana Wajib Pajak memiliki penghasilan melalui kegiatan transaksi *E-Commerce*.

Dari metode tersebut diperoleh sampel sebanyak 107 Wajib Pajak memenuhi kriteria tersebut.

Objek penelitian ini adalah Kebijakan Pajak, Lingkungan Wajib Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak merupakan variable independent sedangkan kegiatan transaksi *E-Commerce* merupakan variable dependent.

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis data yaitu antara lain sebagai berikut:

1. Uji *Reliability*, dimana analisis ini terdiri dari:
 - I. Uji Validitas, digunakan untuk memperoleh data sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Dasar pengambilan keputusan apakah suatu tes memiliki validitas yang tinggi atau tidak adalah sebagai berikut:
 - o Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pertanyaan dinyatakan valid
 - o Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pertanyaan dinyatakan tidak valid
 - II. Uji Reliabilitas, digunakan untuk menjelaskan hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas digunakan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan melihat nilai Alpha 0,6 karena instrumen

penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Menurut Priyatno (2012:183) jika nilai reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik sedangkan reabilitas 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

2. Uji Asumsi Klasik, dimana analisis ini terdiri dari:
 - I. Uji Normalitas, digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengambilan keputusan menurut Ghazali (2013) adalah sebagai berikut:
 - Jika hasil signifikansi kolmogorov-smirnov menunjukkan nilai signifikan >0.05 maka data residual terdistribusi dengan normal
 - Jika hasil signifikansi kolmogorov-smirnov menunjukkan nilai signifikan <0.05 maka data residual tidak terdistribusi dengan normal
 - II. Uji Heterokedastisitas, digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Untuk menggunakan uji Glesjer dimana Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
 - III. Uji Multikorelinearitas, digunakan untuk, menggambarkan apakah model regresi yang ditemukan terdapat korelasi antar variabel bebas. Hasil dari uji ini dengan cara mengamati nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan batas nilai 10 dan nilai *Tolerance* dengan batas nilai 0,1.
3. Uji Statistik, dimana analisis ini menggunakan analisis regresi linier berganda dimana persamaan regresi berganda pada penelitian ini adalah:
 - $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

Keterangan:

Y	= Kegiatan Transaksi E-Commerce
a	= Konstanta
$b_1b_2b_3$	= Koefisien regresi
X1	= Kebijakan Pajak
X2	= Lingkungan Wajib Pajak
X3	= Kesadaran Wajib Pajak

 - I. Uji Koefisien Korelasi Ganda (Uji R), digunakan untuk menerangkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen dengan dependen.).
 - II. Uji Koefisien Determinan, digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
 - III. Uji Signifikan Stimulan (Uji F), digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y)
 - IV. Uji Koefisien Regresi secara Parsial dengan Uji t, digunakan untuk melakukan pengujian secara parsial berarti atau tidaknya hubungan variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Hasil Uji Statistik

Uji statistic deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi data penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai minimum kegiatan transaksi *E-Commerce* adalah 1, nilai maksimum adalah 5, rata-rata adalah 3, dan standar deviasi adalah 1. Nilai minimum kebijakan pajak adalah 3, nilai maksimum 5, rata-rata adalah 3 dan 4, dan standar deviasi berada di antara 0,7 sampai dengan 1,2. Nilai minimum lingkungan wajib pajak adalah 1, nilai maksimum adalah 5, rata-rata adalah 3 dan 4, dan standar deviasi berada di antara 0,8 sampai dengan 1,0. Nilai minimum kesadaran wajib pajak adalah 1, nilai maksimum adalah 5, rata-rata adalah 3 dan standar deviasi adalah 1.

Uji *Reability*. Uji validitas yang berfungsi untuk memperoleh data sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Berdasarkan hasil penelitian variabel independent yaitu kebijakan pajak, lingkungan wajib pajak, dan kesadaran wajib pajak beserta variabel dependent yaitu kegiatan transaksi *E-Commerce* memiliki data yang valid. Dikarenakan hasil *r* hitung dari tiap variabel memiliki nilai lebih tinggi dari *r* table yaitu sebesar 0,160. Uji Reliabilitas yang berfungsi untuk menjelaskan hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Berdasarkan hasil penelitian variabel independent yaitu kebijakan pajak, lingkungan wajib pajak, dan kesadaran wajib pajak beserta variabel dependent yaitu kegiatan transaksi *E-Commerce* memiliki data yang valid. Dikarenakan hasil nilai *Alpha* melebihi standar *minimum* yaitu sebesar 0,60.

Uji Asumsi Klasik. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik pada model regresi. Uji Normalitas. Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan One-sample Kolmogorov-Smirnov. Dalam penelitian ini menunjukkan nilai sig.(2-tailed) sebesar 0,183 > 0,05 berarti data berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji selanjutnya adalah Uji Heteroskedastisitas yang dilakukan untuk menguji suatu data apakah dalam model regresi terjadinya ketidaksamaan suatu variance berdasarkan residual satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Dalam uji ini menggunakan uji *Glejser* dimana hasil data berdasarkan nilai absolut residual. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kebijakan pajak sebesar 0,754, lingkungan wajib pajak sebesar 0,33, dan kesadaran wajib pajak sebesar 0,460 tidak terjadi masalah heteroskedastisitas karena nilainya melebihi 0,05. Uji selanjutnya adalah Uji Multikolinieritas, uji untuk menguji ada tidaknya multikolinieritas dilihat dari nilai *tolerance* atau VIF. Berdasarkan pengolahan data diperoleh nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF <10 untuk semua variabel maka persamaan model regresi tidak mengandung masalah multikolinieritas.

Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini untuk mengetahui efektifitas kebijakan pajak, lingkungan wajib pajak, kesadaran wajib pajak terhadap kegiatan transaksi *E-Commerce*. Hasil dari analisis regresi linear berganda dapat dinyatakan dalam persamaan regresi dari linear berganda yang telah dirumuskan pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 4,982 + 0,393X_1 + 0,182X_2 + 0,112X_3 + e$$

Dari persamaan di atas, nilai *constant* sebesar 4,982. Hal ini menyatakan bila variabel X_1 (Kebijakan Pajak), X_2 (Lingkungan Wajib Pajak), X_3 (Kesadaran Wajib Pajak) sama dengan nol. Koefisien regresi Kebijakan Pajak adalah 0,393, yang dapat diartikan bahwa setiap penambahan satu point Variabel Pengetahuan Kebijakan Pajak akan meningkatkan nilai Kegiatan Transaksi *E-Commerce* sebesar 0,393 dengan asumsi skor 0,182 yang dapat

diasumsikan dengan skor variabel independen lain yang tetap. Koefisien regresi Kesadaran Wajib pajak sebesar 0,112 yang dapat diartikan sebagai setiap penambahan satu skor variabel Kesadaran Wajib Pajak akan meningkatkan nilai Kegiatan Transaksi E-Commerce sebesar 0,112 dengan asumsi variabel independen lain tetap.

Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R Square) menunjukkan seberapa besar pengaruh atau presentase pada variasi variabel independen yang mampu menerangkan atau menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil pengujian menunjukkan nilai adjusted R² sebesar 0,253. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kebijakan pajak, lingkungan wajib pajak, kesadaran wajib pajak memiliki pengaruh dengan variabel kegiatan transaksi *E-commerce* sebesar 0,253. Sedangkan untu sisanya sebesar 0,747 dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji statistic F (ANOVA) bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikan (F) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai F-hitung sebesar 12,958 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,69. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kebijakan pajak, lingkungan wajib pajak, kesadaran wajib pajak secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan terhadap kegiatan transaksi *E-Commerce* dengan tingkat kepercayaan 95%.

Uji statistik t bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Berikut adalah hasil dari pengujian statistik t:

Tabel 1
Hasil Uji Statistik t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	4.982	2.164		2.302	.023
X1KebijakanPajak	.393	.128	.337	3.066	.003
X2LingkunganWajibPajak	.182	.145	.149	1.253	.213
X3KesadaranWajibPajak	.112	.125	.112	.900	.370

a. Dependent Variable: YtransaksiECommerce

Sumber: Hasil pengolahan dengan aplikasi SPSS 25

Berdasarkan hasil analisis diketahui nilai t hitung untuk variael Pengetahuan Kebijakan Pajak sebesar 3,066, Lingkungan Wajib Pajak sebesar 1,253 dan Kesadaran Wajib Pajak sebesar 0,900. Dari data tersebut dapat diketahui nilai t hitung untuk variabel Lingkungan Wajib Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak lebih kecil dari nlai t tabel sebesar 1,983. Sedangkan untuk nilai t hitung dari variabel Pengetahuan Kebijakan Pajak lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,983. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Kebijakan Pajak terdapat pengaruh signifikan terhadap transaksi E-Commerce, sedangkan variabel Lingkungan Wajib Pajak dan variabel Kesadaran Wajib Pajak tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap transaksi E-Commerce.

Diskusi

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa variabel Kebijakan Pajak berpengaruh signifikan terhadap kegiatan transaksi E-Commerce. Hasil ini sesuai dengan penelitian Claudiu Brandas (2013), Bucu Kuzucu (2015), David R. Agrawal (2015), Afina Linaty (2014), Marcellin (2014), Rifa Arbangati (2016), Siti Kurnia Rahayu (2015), Mellissa Rahmaini Lubis (2017). Akan tetapi tidak sesuai dengan hasil penelitian Winnie Tan (2015) dan Abdul Rahman Tibahary (2016).

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa variabel lingkungan wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kegiatan transaksi E-Commerce. Hasil ini sesuai dengan penelitian Rifa Arbangati (2016).

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa variabel kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kegiatan transaksi E-Commerce. Hasil ini sesuai dengan penelitian Rifa Arbangati (2016) dan tidak sesuai dengan hasil penelitian Afina Linaty (2014).

Penutup

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap analisis efektifitas kebijakan pajak, lingkungan wajib pajak dan kesadaran wajib pajak terhadap kegiatan transaksi *E-Commerce* pada periode 2019 menunjukkan bahwa kebijakan pajak memiliki pengaruh berpengaruh signifikan terhadap kegiatan transaksi *E-Commerce*. Lingkungan wajib pajak dan kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kegiatan transaksi *E-Commerce*.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain: 1. Sampel yang dikumpulkan belum mencakup atas faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kegiatan transaksi *E-Commerce*, 2. Adanya pemblokiran *web google form* pada saat penyebaran kuesioner melalui *chat* Tokopedia.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut: 1. Lebih mengetahui apa saja kebijakan-kebijakan pajak yang telah berlaku dan yang akan berlaku di Indonesia terutama untuk kegiatan transaksi E-Commerce yang dimana sekarang telah ramai dibahas, 2. Adanya peningkatan suatu sistem informasi beserta teknologi atas kegiatan transaksi E-Commerce dikarenakan adanya perkembangan pesat atas transaksi E-Commerce di Jakarta, 3. Ditetapkannya peraturan perpajakan untuk kegiatan transaksi E-Commerce guna untuk menstabilkan ekonomi negara dan meningkatkan pendapatan negara.

Daftar Rujukan/Pustaka

- Arbangatin Hasanah, Rifa. 2016. Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce
- Brandas, Claudiu, 2013. Ovidiu Megan dan Mariela Craciunescu. 2013. Study on the Impact of E-Commerce on Tax and Accounting Activities.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2016. Modul Pelatihan Pajak Terapan Brevet AB Terpadu. Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia
- Kurnia Rahayu, Siti, dan Octaviani Maulida Nur Solicha. 2015. Pengaruh Efectivitas E-Commerce dan Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Perilaku Konsumen

- Linaty, Afina dan Maya Safira Dewi. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik Toko Offline dan Online Terhadap Pemenuhan Kewajiban Pajak Penghasilannya Di Wilayah Jakarta Selatan.
- Marcellin, dan Martin Surya Mulyadi. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Dalam Pemenuhan Kewajiban Perpajakan Penghasilan Pemilik Bisnis Online Wilayah Jakarta Pusat
- Pramesti, Getut. 2018. Mahir Mengelolah Data Penelitian dengan SPSS 25. Jakarta: PT. Ele Media Komputindo
- R.David, Agrawal dan William F.Fox. 2015. Sales Taxes in an E-Commerce Generation.
- Rahman Tibahary, Abdul. 2016. Analisis Yuridis Terhadap Laporan Pajak Terutang Atas Transaksi E-Commerce Dalam Rangka Mewujudkan Kepastian Hukum
- Rahmani Lubis, Mellissa. 2017. Kebijakan Pengaturan Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi E-Commerce
- Subiyakto, Amin dan Teguh Hadi Wardoyo. 2016. Taxation pengangtar perpajakan indonesia. Banten: TaSys Publishing
- Tan, Winnie. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembayaran Pajak Atas Transaksi E-Commerce (Studi Empiris Pada Wajib Pajak di Jakarta)
- Yapar Kuzucu, Bucu, Seda Bayrakdar dan Mustafa Yapar. 2015. The Role of Taxation Problems on the Development of E-commerce. Jakarta: Visimedia
- Wira Sakti, Nufansa. 2014. Buku Pintar Pajak E-Commerce.
- <http://adeletorn.blogspot.com/2018/04/pengertian-populasi-dan-sampel-menurut.html> diakses 20 Oktober 2019
- <http://blog.umy.ac.id/fadjarsahri/2017/02/26/manfaat-dan-klasifikasi-e-commerce/> diakses 9 Oktober 2019
- <https://www.coursehero.com/file/p33ji9m/352-Uji-Normalitas-Menurut-Ghozali-2013-Uji-normalitas-memiliki-tujuan-untuk/> diakses 20 Oktober 2019
- <https://www.karyatulisku.com/2017/11/20-pengertian-validitas-dan.html> diakses 20 Oktober 2019
- <https://www.masterpendidikan.com/2017/04/5-pengertian-analisis-regresi-menurut-para-ahli.html> diakses 20 Oktober 2019
- <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-e-commerce.html> diakses 9 Oktober 2019
- <https://www.pajak.go.id/id/artikel/membangun-pola-pikir-kepatuhan-perpajakan> diakses 15 Oktober 2019
- <https://www.pajak.go.id/id/objek-pph> diakses 7 Oktober 2019
- <https://www.progresstech.co.id/blog/pengertian-e-commerce/> diakses 7 Oktober 2019
- <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/> diakses 20 Oktober 2019