

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Akuntabilitas Pelayanan Publik terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada SAMSAT Kabupaten Sijunjung). Penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen yaitu kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan, dan akuntabilitas pelayanan publik, dan satu variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor, serta sosialisasi perpajakan sebagai variabel moderasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis (MRA). Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu pengendara bermotor.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh: a) terdapat pengaruh positif dan signifikan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, b) terdapat pengaruh positif dan signifikan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, c) tidak terdapat pengaruh signifikan akuntabilitas pelayanan publik terhadap kepatuhan wajib pajak, d) sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi pengaruh kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, e) sosialisasi perpajakan tidak mampu memoderasi pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, f) sosialisasi perpajakan mampu memoderasi pengaruh akuntabilitas pelayanan publik terhadap kepatuhan wajib pajak.

**Kata Kunci: Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, Akuntabilitas Pelayanan Publik, Kepatuhan Wajib Pajak, dan Sosialisasi Perpajakan.**

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of taxpayer awareness, tax sanctions and public service accountability on motor vehicle taxpayer compliance with tax socialization as a moderating variable (case study at SAMSAT Sijunjung Regency). This research consists of three independent variables, namely vehicle taxpayer awareness, tax sanctions, and public service accountability, and one dependent variable, namely motor vehicle taxpayer compliance, and tax socialization as a moderating variable. The analytical method used is analysis (MRA). The data collection method in this research is by using a questionnaire filled out by respondents, namely motorbike drivers.*

*The research results obtained based on the Partial Test (t Test) showed: a) there is a positive and significant influence of taxpayer awareness on taxpayer compliance, b) there is a positive and significant influence of tax sanctions on taxpayer compliance, c) there is no significant influence of service accountability public towards taxpayer compliance, d) tax socialization is unable to moderate the influence of taxpayer awareness on taxpayer compliance, e) tax socialization is unable to moderate the influence of tax sanctions on taxpayer compliance, f) tax socialization is able to moderate the influence of public service accountability on mandatory compliance tax.*

***Keywords: Taxpayer Awareness, Tax Sanctions, Public Service Accountability, Taxpayer Compliance, and Tax Socialization***