

***THE EFFECT OF USER EASE OF USE PERCEPTION, RISK PERCEPTION,
AND DATA SECURITY ON MOTOR VEHICLE TAX PAYMENTS THROUGH
THE SHOPEE E-COMMERCE APPLICATION IN SOLO RAYA***

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNA, PERSEPSI RISIKO DAN
KEAMANAN DATA DALAM PEMBAYARAN PAJAK KENDARAAN
BERMOTOR MELALUI APLIKASI E-COMMERCE SHOPEE DI SOLO RAYA**

Arwinda Rahmawati^{1*}, Suyatmin Waskito Adi²

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

b200220415@student.ums.ac.id^{1*}, suy182@ums.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of perceived ease of use, perceived risk, and data security on motor vehicle tax payment behavior through the Shopee e-commerce application in the Solo Raya region. This primary research employs a quantitative approach involving 100 respondents aged 25–39 years selected using the Slovin formula and cluster-based probability sampling. Data were collected via a Google Form questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS 26.0. The findings reveal that perceived ease of use and data security have a significant effect on the use of Shopee for motor vehicle tax payment, while perceived risk shows no significant influence. These results indicate that convenience and data protection are key determinants in encouraging the adoption of digital tax payment services.

Keywords: Data Security, Ease Of Use, Risk Perception, Shopee, Tax Payment.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan pengguna, persepsi risiko, dan keamanan data terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi e-commerce Shopee di Solo Raya. Penelitian ini merupakan studi primer dengan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 100 responden berusia 25–39 tahun yang dipilih menggunakan rumus Slovin dan teknik probability sampling berbasis cluster. Data dikumpulkan melalui kuesioner Google Form dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 26.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan pengguna dan keamanan data berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa faktor kenyamanan dan perlindungan data menjadi determinan utama dalam mendorong adopsi layanan pembayaran pajak secara digital.

Kata Kunci: Keamanan Data, Kemudahan Pengguna, Pembayaran Pajak, Persepsi Risiko, Shopee.

PENDAHULUAN

Transformasi struktur pemerintahan di Indonesia ditandai oleh pergeseran dari sistem yang bersifat sentralistik menuju desentralisasi. Desentralisasi tersebut memberikan ruang bagi pemerintah daerah untuk menyelenggarakan urusan pemerintahan secara mandiri melalui mekanisme otonomi daerah. Dalam otonomi daerah diberi hak, kewenangan, dan tanggung jawab untuk mengelola pemerintahan serta memenuhi kepentingan masyarakat setempat, sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Salah satu aspek penting dari kewenangan tersebut adalah hak

pemerintah daerah untuk melakukan pemungutan pajak sebagai bagian dari sumber pendapatan daerah.

Pendapatan negara memiliki peran krusial dalam mendukung fungsi pemerintahan dan mewujudkan pembangunan berkelanjutan, di mana pajak menjadi sumber utama penerimaan negara (Lannai & Insyirah, 2024). Data Korlantas Polri per 25 Maret 2025 mencatat 168.212.993 unit kendaraan bermotor di Indonesia, mendorong pemerintah memberlakukan pajak kendaraan bermotor sebagai upaya pengaturan sekaligus peningkatan pendapatan. Namun, kewajiban pajak bagi pemilik kendaraan sering

menimbulkan permasalahan layanan, terutama saat volume wajib pajak meningkat pada masa jatuh tempo, diperparah oleh keterlambatan pembayaran yang menyebabkan antrean panjang dan menurunkan efisiensi (Evi Zubaidah & Lubis, 2021). Perkembangan teknologi kemudian menjadi peluang untuk meningkatkan kepatuhan pajak melalui layanan digital seperti pembayaran via marketplace, misalnya Shopee yang terintegrasi dengan Sistem Samsat Digital Nasional (SIGNAL), yang pelaksanaannya berlandaskan regulasi termasuk Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2015 yang diperbarui melalui Peraturan Presiden Nomor 4 Tahun 2025.

Peraturan Presiden ini mengatur secara lebih rinci dan memperluas tugas Samsat, termasuk pengelolaan pembayaran pajak kendaraan bermotor (PKB) dan bea balik nama kendaraan bermotor (BBNKB), yang sebelumnya belum diadministrasikan oleh Samsat secara langsung. Layanan ini merupakan bagian dari kerja sama Shopee dengan pemerintah dan Samsat Digital untuk memudahkan masyarakat membayar pajak kendaraan. Untuk pengesahan secara elektronik serta pengambilan STNK asli dapat ditukarkan dengan struk pembayaran tersebut ke kantor Samsat wilayah pemilik kendaraan bermotor.

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah mengubah berbagai aktivitas masyarakat dari manual menjadi serba online, termasuk dalam bidang ekonomi melalui sistem transaksi digital. Internet yang awalnya hanya digunakan untuk bertukar informasi kini menjadi sarana utama strategi bisnis, mencakup pemasaran, penjualan, hingga layanan pelanggan (Munthe, 2020). Transformasi ini juga memengaruhi layanan publik, salah satunya pembayaran pajak kendaraan

bermotor yang kini dapat dilakukan secara online sehingga lebih efisien dan tidak mengharuskan wajib pajak datang ke kantor. Potensi internet yang terus meningkat mendorong berkembangnya e-commerce sebagai bentuk adaptasi teknologi dalam bisnis (Pratami, 2022), dengan pertumbuhan pengguna internet yang membuka peluang perluasan pasar. E-commerce, yakni kegiatan jual beli serta pertukaran informasi melalui jaringan internet (Azizah et al., 2021), kini juga memfasilitasi layanan publik. Aplikasi seperti Shopee bahkan telah menyediakan fitur pembayaran pajak kendaraan bermotor yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan akses yang fleksibel bagi penggunanya (Bin Mustafa et al., 2023; April et al., 2025). *Technology Acceptance Model* (TAM) mengemukakan bahwa Persepsi Kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan teknologi merupakan faktor utama yang memengaruhi niat seseorang untuk mengadopsi teknologi baru, termasuk dalam penggunaan aplikasi Shopee (Herlina et al., 2023). Selain itu juga terdapat teori *Theory Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen 1991 yang menjelaskan risiko bisa mempengaruhi seseorang tertarik memakai suatu teknologi. Persepsi Risiko, baik risiko finansial maupun terkait data pribadi, dapat mempengaruhi keputusan pengguna dalam memilih untuk menggunakan Shopee (Wati & Rijali, 2024). Disisi lain, Keamanan Data juga memainkan peran penting dalam keputusan pengguna untuk mengadopsi teknologi finansial. Pengguna yang merasa bahwa aplikasi tersebut aman cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakannya (Widiyati & Erliana, 2024).

Persepsi kemudahan pengguna merujuk pada kemudahan memahami dan mengoperasikan teknologi secara

efektif (Indriani & Purnama Asih, 2024), dan bersama keamanan data terbukti berperan penting dalam adopsi layanan pembayaran pajak digital (Lannai & Insyirah, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah, aman, dan nyaman suatu sistem digunakan, semakin tinggi pula penggunaan layanan pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi e-commerce seperti Shopee. Keamanan data dalam konteks ini mencakup perlindungan informasi pribadi serta transaksi pengguna dari risiko kebocoran, penyalahgunaan, atau akses tidak sah, sementara kemudahan penggunaan meliputi penilaian terhadap proses yang sederhana, waktu yang efisien, dan navigasi aplikasi yang tidak rumit. Di sisi lain, persepsi risiko menggambarkan ketidakpastian yang dirasakan pengguna terkait keputusan bertransaksi, terutama terkait keamanan data dan potensi penipuan (Oktaviana et al., 2023), sehingga dapat menurunkan kepercayaan dan berdampak negatif terhadap keputusan pembayaran (Datunnisa & Dyah Puspasari, 2024).

Dalam hal ini, kemudahan dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan masyarakat dalam memenuhi kewajiban (Aryanti & Listiyawati, 2025). Oleh karena itu, penelitian ini sangat relevan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan digital tersebut serta mendukung optimalisasi layanan publik yang lebih mudah dan aman, khususnya dalam konteks pembayaran pajak secara digital yang semakin berkembang. Ada perbedaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini karena penelitian sebelumnya menyoroti pentingnya persepsi kemudahan penggunaan serta aspek keamanan data dalam sistem pembayaran pajak kendaraan bermotor

berbasis aplikasi e-commerce. Fokus utama kajiannya adalah bagaimana kedua faktor tersebut mempengaruhi sikap dan keputusan pengguna dalam memanfaatkan layanan digital untuk memenuhi kewajiban perpajakan. Temuan tersebut memberikan kontribusi penting sebagai landasan teoritis bagi penelitian ini, yang secara lebih spesifik mengkaji persepsi kemudahan pengguna, persepsi risiko, dan keamanan data dalam penggunaan aplikasi Shopee sebagai sarana pembayaran pajak kendaraan bermotor di kawasan Solo Raya. Dengan demikian beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat di solo raya terhadap kemudahan penggunaan, risiko, dan keamanan data dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi Shopee. Kemudahan akses dan keamanan data mempermudah pengalaman bertransaksi, sementara keamanan transaksi memberikan rasa nyaman dan kepercayaan bagi penggunanya. Dengan penelitian ini dapat memperkuat tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan aplikasi e-commerce dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor.

Dengan mempertimbangkan konteks lokal dan perkembangan teknologi digital, penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemahaman mengenai penerimaan masyarakat terhadap integrasi layanan publik dalam platform e-commerce. Oleh karena itu, penelitian ini sangat relevan dalam memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepercayaan dan kenyamanan pengguna dalam menggunakan teknologi pembayaran digital, khususnya dalam konteks pelayanan publik seperti pembayaran pajak kendaraan bermotor. Berlandaskan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang

berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Risiko dan Keamanan Data dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi E-Commerce Shopee di SoloRaya”.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan Ajzen (1991) merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) dan berfokus pada analisis perilaku individu melalui tiga komponen utama: sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. TPB menegaskan bahwa niat (behavioral intention) menjadi faktor kunci yang menentukan tindakan seseorang; niat tersebut akan semakin kuat apabila individu memiliki sikap positif, dukungan sosial yang mendukung, serta persepsi bahwa tidak ada hambatan berarti untuk melakukan tindakan tersebut (Nazarudin & Syad, 2023). Dalam konteks perilaku perjalanan, ketiga faktor ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana interaksi antarvariabel tersebut memengaruhi niat seseorang untuk melakukan suatu aktivitas (Husada & Nasution, 2022). Dengan demikian, TPB memberikan kerangka komprehensif bahwa keputusan atau tindakan individu sangat dipengaruhi oleh kombinasi sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol terhadap perilaku.

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu menerima dan menggunakan teknologi berdasarkan persepsi kegunaan serta kemudahan, dan pertama kali dikenalkan oleh Fred D. Davis pada 1989 sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) dan Theory of Planned

Behavior (TPB). Persepsi kemudahan menjadi salah satu pendorong utama minat penggunaan karena pengguna menilai teknologi mampu mempermudah mereka dalam memperoleh manfaat atau layanan yang dibutuhkan. TAM telah banyak digunakan sebagai dasar analisis penerimaan teknologi, termasuk dalam penelitian terkait financial technology, karena dianggap kuat dan praktis (Sainang & Aji, 2021). Penelitian ini mengintegrasikan TAM dan TPB melalui variabel kemudahan pengguna, risiko, dan keamanan data sebagai faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi.

Pengertian Pajak

Pajak merupakan kewajiban setiap warga negara sebagai kontribusi yang bersifat memaksa sesuai ketentuan perundang-undangan untuk membiayai kepentingan negara demi kesejahteraan masyarakat. Undang-Undang RI Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 menyebutkan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan, bersifat memaksa, tanpa imbalan langsung, dan digunakan untuk keperluan negara bagi kemakmuran rakyat. Pajak dapat diklasifikasikan berdasarkan sifatnya (pajak langsung dan tidak langsung), instansi pemungut (pajak pusat dan daerah), serta objek dan subjeknya (pajak objektif dan subjektif). Salah satu jenisnya adalah pajak daerah, yaitu pajak yang ditetapkan dan dipungut oleh pemerintah daerah, yang terbagi menjadi pajak provinsi dan pajak kabupaten/kota. Pajak daerah provinsi meliputi Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, serta Pajak Pengambilan dan

Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan.

Pajak Kendaraan Bermotor

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, Pajak Kendaraan Bermotor merupakan pungutan atas kepemilikan atau penguasaan kendaraan beroda yang beroperasi di jalan darat. Sejalan dengan itu, pemanfaatan e-government yakni sistem pemerintahan berbasis teknologi digital yang memungkinkan layanan publik diakses secara daring telah mendorong efisiensi waktu, biaya, serta peningkatan kualitas administrasi publik. Modernisasi ini terlihat dalam berbagai layanan perpajakan digital seperti e-filing, e-billing, e-registration, dan e-samsat. Dalam konteks pemungutan pajak kendaraan bermotor, periode pajak berlangsung selama dua belas bulan sejak pendaftaran terakhir, dengan perhitungan bulan berjalan yang membulatkan kelebihan lebih dari 15 hari menjadi satu bulan penuh. Transformasi digital di sektor pajak membutuhkan kolaborasi lintas pemangku kepentingan agar layanan semakin efektif. Dukungan teknologi juga tampak pada platform marketplace seperti Shopee, yang menghadirkan fitur digital seperti ShopeePay dan layanan pembayaran tagihan untuk memudahkan transaksi online secara cepat dan fleksibel.

Persepsi Kemudahan Pengguna

Persepsi Kemudahan Pengguna merupakan faktor penting dalam adopsi layanan transaksi digital, yang menggambarkan keyakinan individu bahwa teknologi dapat digunakan dengan usaha minimal. Dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM) oleh Davis (1989), persepsi ini berkaitan dengan kemampuan pengguna untuk mempelajari dan mengoperasikan sistem tanpa hambatan berarti. Kemudahan

tersebut tidak hanya mencakup aspek operasional, tetapi juga pemahaman terhadap fungsi sistem dan pencapaian hasil yang diharapkan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan, semakin besar kecenderungan seseorang untuk mengadopsi teknologi (Novalia et al., 2019). Dalam penelitian ini, persepsi kemudahan diukur melalui indikator seperti kemudahan transaksi, kemudahan mempelajari sistem, peningkatan keterampilan pengguna, serta faktor pendukung lainnya.

Persepsi Risiko

Persepsi risiko diduga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat individu dalam membayar pajak kendaraan bermotor melalui Shopee. Persepsi risiko mencakup penilaian subjektif pengguna terhadap kemungkinan kerugian saat bertransaksi online, seperti kesalahan pembayaran, penipuan, atau gangguan teknis (Lannai & Insyirah, 2024). Dalam konteks ini, semakin tinggi kekhawatiran terhadap potensi masalah selama transaksi, semakin rendah minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi Shopee sebagai sarana pembayaran pajak kendaraan bermotor, sehingga persepsi risiko terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi tersebut.

Keamanan Data

Keamanan data merujuk pada keyakinan pengguna bahwa layanan digital mampu melindungi informasi pribadi mereka, sehingga transaksi dapat dilakukan dengan aman dan nyaman. Ketika suatu sistem dinilai dapat menjaga kerahasiaan serta integritas data secara layak, hal ini meningkatkan kepercayaan dan mendorong frekuensi penggunaan layanan (Ekonomi et al., 2025). Dalam konteks layanan online,

keamanan menjadi aspek krusial yang diwujudkan melalui pemahaman teknologi, penerapan kebijakan perlindungan yang tepat, serta langkah nyata menjaga data pengguna (Indriani & Purnama Asih, 2024). Persepsi positif terhadap keamanan pada akhirnya memperkuat loyalitas dan keberlanjutan penggunaan platform.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi E-Commerce Shopee.

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang berarti. Dengan demikian, persepsi ini merefleksikan keyakinan seseorang terhadap kemudahan dalam proses pengambilan keputusan terkait pemanfaatan teknologi. Apabila seseorang menilai bahwa sistem informasi tersebut mudah digunakan, maka kemungkinan besar ia akan terdorong untuk menggunakannya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lestari & Kholis (2020) bahwa persepsi kemudahan pengguna berpengaruh positif terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor. Penelitian lain oleh Wahyu & Dewi (2020) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan memiliki dampak positif dan signifikan. Hasil yang sama oleh Septiani & Siringoringo (2022) menunjukkan bahwa kemudahan pengguna berpengaruh positif terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor. Hal ini diperkuat argumen penelitian bahwa penggunaan teknologi dirasa mudah serta tidak akan merasa terbebani untuk mempelajari dan menggunakan teknologi, sehingga penggunaan teknologi meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, bisa dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Persepsi Kemudahan Pengguna berpengaruh dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi e-commerce shopee

Pengaruh Persepsi Risiko dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi E-Commerce Shopee

Persepsi risiko merujuk pada ekspektasi atau kemungkinan terjadinya kerugian yang dinilai secara subjektif oleh pengguna internet dalam melakukan transaksi secara online. Karena interaksi dalam e-commerce tidak secara langsung, muncul persepsi risiko di kalangan pengguna seperti kekhawatiran akan kehilangan dana, ketidakpastian serta isu mengenai keamanan terhadap data pribadi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Ersaningtyas & Susanti (2019) bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor. Penelitian lain oleh Adewijaya & Sitinjak (2023) menjelaskan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif. Berlawanan dengan penelitian Purnamasari et al (2021) yang menunjukkan risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan pembayaran shopee. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, bisa dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Persepsi Risiko berpengaruh dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi e-commerce shopee.

Pengaruh Keamanan Data dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi E-Commerce Shopee.

Keamanan dipahami sebagai kepercayaan pengguna bahwa informasi pribadi mereka tidak akan diakses atau

diketahui oleh pihak lain selain diri mereka sendiri. Hal ini berkaitan dengan penyimpanan data yang bersifat pribadi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak eksternal. Dengan adanya jaminan tersebut, pengguna merasa lebih yakin untuk menggunakan layanan yang menawarkan sistem perlindungan data yang memadai. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryanti & Listiyawati (2025) bahwa keamanan data berpengaruh positif dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor. Penelitian lain oleh Prihanto et al. (2021) menjelaskan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet mandiri dalam pembayaran pajak. Hasil yang sama sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lannai & Insyirah (2024) bahwa keamanan data berpengaruh positif terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor. Hal ini diperkuat argumen penelitian bahwa semakin tinggi tingkat keamanan data, semakin besar kepercayaan terhadap penggunaan platform e-commerce shopee untuk melakukan transaksi keuangan, termasuk pembayaran kendaraan bermotor.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, bisa dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3: Keamanan Data berpengaruh dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi e-commerce shopee.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi primer dengan pendekatan kuantitatif yang mengumpulkan data melalui kuesioner Google Form dari 100 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin (10%) dan teknik probability sampling berbasis cluster pada masyarakat Solo Raya berusia 25–39 tahun yang memiliki kendaraan

pribadi dan pernah membayar pajak kendaraan melalui Shopee. Penelitian dilakukan Mei Desember 2025 di wilayah dengan tingkat adopsi layanan digital tinggi, menggunakan analisis regresi linier berganda berbantuan SPSS 26.0 untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan keamanan data terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor. Variabel diukur dengan skala Likert 1–5 berdasarkan definisi operasional yang merujuk pada teori relevan, sementara uji instrumen meliputi validitas ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan reliabilitas ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Uji asumsi klasik mencakup normalitas ($sig > 0,05$), multikolinearitas ($tolerance > 0,10$ dan $VIF < 10$), serta heteroskedastisitas Spearman Rho ($sig > 0,05$). Analisis regresi digunakan untuk menguji model $PPKM = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 EP + \beta_3 RS + e$, dengan pengujian hipotesis melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui pengaruh parsial, simultan, dan kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Solo Raya (Surakarta, Sukoharjo, Klaten, Boyolali, Wonogiri, Karanganyar, Sragen) dengan responden berusia 25–39 tahun yang pernah membayar pajak kendaraan bermotor melalui Shopee. Wilayah ini dipilih karena tingginya adopsi teknologi digital serta kemudahan pembayaran melalui integrasi Shopee dan SIGNAL. Data dikumpulkan melalui kuesioner untuk menggambarkan proses pembayaran pajak berdasarkan persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan keamanan data.

Karakteristik Responden**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Kategori	Keterangan	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-laki	29
	Perempuan	71
Usia	25–29 tahun	83
	30–34 tahun	11
	35–39 tahun	6
Domisili	Surakarta	13
	Sukoharjo	15
	Klaten	20
	Boyolali	13
	Wonogiri	11
	Karanganyar	13
	Sragen	15
Pendidikan Terakhir	SMA	35
	Diploma	10
	Strata 1	52
	Strata 2	1
	Strata 3	2
Pekerjaan	Pelajar	0
	Mahasiswa/i	35
	Pegawai Negeri	23
	Karyawan Swasta	26
	Wiraswasta	15
	Lainnya	1

Berdasarkan 100 responden masyarakat Solo Raya, mayoritas berjenis kelamin perempuan, berada pada rentang usia 25–29 tahun, serta paling banyak berdomisili di Klaten. Dari sisi pendidikan, sebagian besar responden berpendidikan Strata 1, dan pekerjaan yang paling dominan adalah mahasiswa/i. Hasil ini menunjukkan

bahwa responden didominasi kelompok usia produktif dengan tingkat pendidikan cukup tinggi serta memiliki aktivitas penggunaan teknologi digital yang relatif intensif, sesuai dengan kebutuhan penelitian terkait pembayaran pajak kendaraan melalui e-commerce.

Pengujian dan Hasil Analisis Data Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Seluruh Variabel Penelitian

Variabel	Item	r_hitung	r_tabel	Keterangan
Kemudahan Pengguna (X1)	1	0,719	0,165	Valid
	2	0,749	0,165	Valid
	3	0,731	0,165	Valid
	4	0,779	0,165	Valid
Persepsi Risiko (X2)	1	0,735	0,165	Valid
	2	0,724	0,165	Valid
	3	0,812	0,165	Valid
Keamanan Data (X3)	1	0,824	0,165	Valid
	2	0,783	0,165	Valid
	3	0,795	0,165	Valid
	4	0,757	0,165	Valid

	5	0,720	0,165	Valid
Pembayaran PKB melalui Shopee (Y)	1	0,717	0,165	Valid
	2	0,758	0,165	Valid
	3	0,842	0,165	Valid
	4	0,741	0,165	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas seluruh variabel, terlihat bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel Kemudahan Pengguna (X1), Persepsi Risiko (X2), Keamanan Data (X3), dan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor melalui Shopee (Y) memiliki nilai

r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} (0,165). Hal ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan Pengguna	0,727	Reliabel
2	Persepsi Risiko	0,629	Reliabel
3	Keamanan Data	0,827	Reliabel
4	Pembayaran PKB Melalui Shopee	0,756	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS, (2025)

Hasil dari olah data yang dilakukan didapatkan hasil bahwa variabel dalam penelitian ini meliputi persepsi kemudahan pengguna, persepsi risiko, dan keamanan data dalam pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui shopee memiliki nilai lebih besar dari 0,60. Bisa dinyatakan reliabel dan dapat dilakukan untuk pengumpulan data.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan Kolmogorov–Smirnov Test untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Hasil pengolahan data menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,191, lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Selanjutnya, uji multikolinearitas digunakan untuk

memastikan tidak adanya korelasi antar variabel independen. Nilai Tolerance untuk variabel persepsi kemudahan pengguna, persepsi risiko, dan keamanan data masing-masing berada di atas 0,10; sedangkan nilai VIF seluruh variabel berada di bawah 10. Dengan demikian, model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Spearman Rho untuk menguji kesamaan varians antar pengamatan. Hasil menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) pada seluruh variabel, yaitu persepsi kemudahan pengguna, persepsi risiko, dan keamanan data, berada di atas 0,05. Hal ini menandakan tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga data layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.675	1.390		4.082	.000

Persepsi Kemudahan Pengguna	.446	.094	.449	4.752	.000
Persepsi Risiko	-.052	.069	-.064	-.754	.452
Keamanan Data	.236	.070	.331	3.385	.001
R ²	.449				
Adj R ²	.432				
F	26.103				
F _{sig}					.000b

Sumber: Hasil olah data SPSS, (2025)

Dari hasil olah data didapatkan, maka didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{PPKM} = 5,675 + 0,446 (X1) - 0,052 (X2) + 0,236 (X3) + 1,390$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, konstanta sebesar 5,675 menunjukkan bahwa ketika seluruh variabel bebas (kemudahan pengguna, risiko, dan keamanan data) bernilai nol, maka tingkat pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui Shopee berada pada 567,5%. Koefisien kemudahan pengguna sebesar 0,446 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan kemudahan pengguna akan meningkatkan pembayaran pajak sebesar 44,6%. Sebaliknya, koefisien risiko sebesar -0,052 menunjukkan bahwa peningkatan risiko justru menurunkan pembayaran pajak sebesar 5,2%. Sementara itu, koefisien keamanan data sebesar 0,236 menandakan bahwa setiap peningkatan keamanan data akan meningkatkan pembayaran pajak sebesar 23,6%.

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kemudahan pengguna (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui Shopee, ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} 4,752 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel persepsi risiko (X2) tidak berpengaruh signifikan, dibuktikan dengan t_{hitung} -0,754 dan signifikansi $0,452 > 0,05$, sehingga H_0 diterima. Sementara itu, variabel keamanan data (X3) berpengaruh signifikan dengan t_{hitung} 3,385 dan signifikansi $0,001 <$

$0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa kemudahan pengguna, persepsi risiko, dan keamanan data secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui Shopee, dengan nilai F_{hitung} 26,103 yang lebih besar dari F_{tabel} 2,14 dan nilai signifikansi di bawah 0,05.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,432, yang berarti variabel kemudahan pengguna, persepsi risiko, dan keamanan data mampu menjelaskan 43,2% variasi pada variabel pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui Shopee. Sisanya sebesar 56,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna Dalam Melakukan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi Shopee.

Menurut Yusuf et al. (2021), kemudahan pengguna adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi tidak memerlukan banyak usaha, sehingga banyak e-commerce menyediakan layanan yang mempermudah transaksi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi Shopee, dibuktikan dengan nilai t_{hitung} 4,752 $> t_{\text{tabel}}$ 1,290 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya,

persepsi kemudahan menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam bertransaksi. Temuan ini konsisten dengan penelitian Darwis Lannai dan Insyirah yang juga menyatakan bahwa persepsi kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi Shopee.

Pengaruh Persepsi Risiko Dalam Melakukan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi Shopee.

Persepsi risiko adalah pandangan pengguna terhadap ketidakpastian yang mungkin muncul saat melakukan transaksi online. Berdasarkan uji T, variabel risiko (X2) memiliki $t_{hitung} - 0,754 < t_{tabel} 1,290$ dan $sig. 0,452 > 0,05$, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi Shopee. Meskipun secara teori risiko dapat menurunkan minat pengguna, hasil penelitian menunjukkan bahwa wajib pajak lebih memprioritaskan manfaat, keamanan, dan kemudahan yang ditawarkan layanan tersebut dibandingkan potensi risikonya. Oleh karena itu, lembaga perpajakan perlu terus meningkatkan kualitas layanan dan membangun kepercayaan publik melalui komunikasi yang efektif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Putri dan Sukartini yang juga menyatakan bahwa risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem pajak elektronik.

Pengaruh Keamanan Data Dalam Melakukan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi Shopee.

Keamanan data merupakan

keyakinan pengguna bahwa informasi pribadi tidak akan diakses oleh pihak lain. Berdasarkan hasil uji t parsial, variabel keamanan data (X3) menunjukkan nilai $t_{hitung} 3,385 > t_{tabel} 1,290$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, keamanan data berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi Shopee. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aryanti dan Listiyawati yang menyatakan bahwa aspek keamanan memberikan kontribusi positif signifikan dalam mendorong penggunaan layanan pembayaran pajak kendaraan bermotor pada aplikasi e-commerce.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan pengguna dan keamanan data berpengaruh signifikan terhadap pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui aplikasi Shopee di Solo Raya, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah variabel yang diteliti, jumlah responden yang hanya 100 orang, serta objek penelitian yang masih terbatas sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel seperti persepsi kepercayaan atau promo aplikasi, memperbanyak jumlah sampel, serta memperluas objek atau lokasi penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adewijaya, D., & Sitinjak, T. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui

- Online Shop Di Jabodetabek (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee). *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 1–12. <https://Stp-Mataram.E-Journal.Id/Jih/Article/View/2965>
- Aditya, D. Y., & Zamzami, R. M. (2023). Pengaruh Bopo, Npf Dan Roa Terhadap Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah (2018 – 2022). *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(4), 445–452. <https://doi.org/10.36418/Syntax-Imperatif.V4i4.270>
- Ahmad, B., Romadhoni, B., & Adil, M. (2021). Efektivitas Pemungutan Pajak Kendaraan Bermotor. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 3(1), 15–23. <https://doi.org/10.26618/Jrp.V3i1.3401>
- April, N., Sholikah, M., & Wibowo, E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital , Persepsi Kemudahan Dan Gaya Hidup Gen Z Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay (Survei Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta) Universitas Slamet Riyadi S. April.
- Arsi, A. (2021). Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss. *Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss*, 1–8.
- Aryanti, R. D., & Listiyawati, I. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Samsat Online Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Pendahuluan Tinjauan Pustaka. 14(1), 61–71.
- Azizah, N. F., Puspakaritas, N. F., Pramesti, V. A., Putri, Y. A. S., & Azizah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. *Jabeistik : Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik*, 1(1), 56.
- Bin Mustafa, F., Safwandi, & Ramadandi Isni. (2023). Sistem Pemungutan Pajak Kendaraan Secara Online, Offline, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Membayar Pajak Kendaraan Bermotor Di Kota Langsa. *Jii*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.32505/Jii.V8i1.5892>
- Burhan, I., Sari Den Ka, V., Ilham, I., Nirmala Sari, S., Arifin, R., & Nur'aeni, N. (2024). Pengaruh Razia Lapangan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Dalam Menunjang Pencapaian Target Pada Uptp Samsat Wilayah Gowa. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 8(1), 78–89. <https://doi.org/10.25139/Jaap.V8i1.5288>
- Datunnisa, S. K., & Dyah Puspasari, I. (2024). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Transaksi Pembayaran Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unp Kediri*, 144–154.
- Ekonomi, W., Keamanan, P., Fitur, I., Intention, B., Payment, F., & Syariah, L. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Keamanan Dan Inovasi Fitur Terhadap Intensitas Penggunaan Fintech Payment Dengan Behavior Intention Sebagai

- Variabel Intervening (Studi Kasus Generasi Z Pengguna Linkaja Syariah Di Indonesia)* Silvia Nathania Mufida. 8(1), 14–27.
- Ersaningtyas, A. P., & Susanti, E. D. (2019). *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Rekening Bersama Shopee*. 10(2), 1–23.
- Evi Zubaidah, & Lubis, E. F. (2021). Inovasi Layanan Aplikasi E-Samsat Dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Di Provinsi Riau. *Jurnal Niara*, 14(2), 120–125.
<https://doi.org/10.31849/Niara.V14i2.5216>
- Herlina, Fernandes Andry, J., & Marcellus Susanto, F. (2023). Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen Shopee: Technology Acceptance Model (Tam). *Journal Of Technology And Informatics (Joti)*, 4(2), 63–68.
<https://doi.org/10.37802/Joti.V4i2.318>
- Husada, S., & Nasution, O. (2022). Pengaruh Sikap Individu, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Berpergian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 218–227.
<https://doi.org/10.12928/Fokus.V12i2.6810>
- Indriani, W., & Purnama Asih, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital Pada Aplikasi Dana Di Kabupaten Tulang Bawang Barat. *Dinamika Kreatif Manajemen Strategis*, 06(1), 12–27.
- Laily, T. P., & Priyadi, M. P. (2022). Implementasi E-Government Pada Pelayanan E-Samsat Dalam Menciptakan Good Governance Pada Kantor Samsat Surabaya Timur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(4), 1–16.
- Lannai, D., & Insyirah, A. A. (2024). Persepsi Kemudahan Dan Keamanan Data Dalam Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi E-Commerce. *Jesya*, 7(2), 1958–1970.
<https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i2.1741>
- Lestari, A., & Kholis, N. (2020). Pengaruh Persepsi Pemahaman Pajak , Kebermanfaatan , Kemudahan Penggunaan , Faktor Sosial Dan Kesiapan Teknologi Informasi Terhadap Penggunaan E-Filing (Studi Pada Wajib Pajak Badan Di Kpp Pratama Surakarta). *Akuntoteknologi*, 1, 1–15.
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/Akunto>
- Mangoting, Y. (2020). Perceived Risk, Perceived Functional Benefit, Dan Kepuasan Sebagai Penentu Intensi Berkelanjutan Wajib Pajak Menggunakan E-Filing. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 12(1), 32–47.
<https://doi.org/10.17509/Jaset.V12i1.22920>
- Munthe, D. T. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Penerimaan Pajak. *Jurnal Perpajakan*, 1(2), 182–190.
- Nazarudin, H., & Syad, A. I. (2023). Penerapan Teori Planned Of Behavior Untuk Memprediksi Niat Berkunjung Pada Obyek Wisata Kabupaten Lembata Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, 8(1), 104–110.
- Novalia, P., Purnamawati, G. A., & Wahyuni, M. A. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan,

- Kemudahan, Dan Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi Terhadap Penggunaan E-Billing. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(2), 218–229.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/Article/View/20540/13042>
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: Umkm Di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 75(17), 399–405.
- Nurul Afifah, I., & Retno Pratiwi, A. (2019). Analisis Persepsi Keamanan Dan Kerahasiaan, Kegunaan, Kemudahan Dan Kesiapan Teknologi Informasi Yang Mempengaruhi Minat Wajib Pajak Dalam Penggunaan E-Filing Dikantor Pelayanan Wajib Pajak Pratama Pondok Gede 2019. *Jurnal Akuntansi Dan Pasar Modal*, 2(3), 1–24.
<https://jurnal.bcm.ac.id/index.php/Jma/Article/View/25>
- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan ShopeePay Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2806–2822.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.905>
- Paramitha, A. A., & Zulherman. (2022). Pengaruh Model Pembelajaran Tgt Berbantuan Media Question Box Terhadap Hasil Belajar Ipa Kelas Iv Sd. *Journal Of Instructional And Development Researches*, 2(2), 79–87.
<https://doi.org/10.53621/jider.v2i2.128>
- Pratami, C. (2022). *Keputusan Pembelian E-Commerce Selama Pandemi : Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan Penggunaan , Harga , Dan Sikap Konsumen. January.*
<https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10993>
- Prihanto, H., Selfiani, S., & Watriningsih, W. (2021). Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Self Internet Pada Transaksi Pembayaran Pajak. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 134–147.
<https://doi.org/10.32509/jmb.v1i2.2217>
- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 420–430.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen/Article/View/10130>
- Putri, M. A., Sukartini, & Ahmad, A. W. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan Terhadap Penggunaan Sistem Pajak Elektronik Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 43–50.
- Rahma, T., & Yuhertiana, I. (2022). Behavioral Intention To Use Online Tax Payments During Covid-19 Pandemic. *Uijrt*, 03(07), 52–61.
- Sahir, S. H. (2022). *Buku Ini Di Tulis Oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta Di Lindungi Oleh*

- Undang-Undang Telah Di Deposit Ke Repository Uma Pada Tanggal 27 Januari 2022.*
- Sainang, S., & Aji, A. W. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Minat Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (Pbb) Menggunakan Shopeepay. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(1), 129–140. <https://doi.org/10.26618/jrp.v4i1.6317>
- Septiani, J., & Siringoringo, W. (2022). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Kemudahan Penggunaan E-Samsat Terhadap Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Di Kabupaten Bekasi. *Jaaf (Journal Of Applied Accounting And Finance)*, 6(2), 92. <https://doi.org/10.33021/jaaf.v6i2.3870>
- Setiawati, R., Embun Baining, M., & Mutmainnah. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Kerahasiaan, Serta Kesiapan Teknologi Informasi Terhadap Penggunaan E-Filling Pada Wajib Pajak. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(3), 134–153. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v2i3.681>
- Setiono, H. (2018). Kontribusi Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Provinsi Jawa Timur. *Prive, Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 22–28. <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/Prive/article/view/139>
- Siska, R., Nur, A., & Rizky, G. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Berbasis Aplikasi Signal Di Kantor Samsat Kota Tanjungpinang. *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial*, 1(3), 92–103. <https://doi.org/10.55606/jhps.v1i3.537>
- Stoner, J. A. (2017). *Sistem Informasi Manajemen. Dalam E. Rochaety, Sistem Informasi Manajemen*. 1(2), 11.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi Dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., & Panatap, J. (2024). *Konsep Penelitian Kuantitatif : Populasi , Sampel , Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. 3(1), 1–12.
- Wahyu, U., & Dewi, W. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 21, 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Wardani, D., Primastiwi, A., & Hermalia, H. (2022). Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Pada Minat Membayar Pbb Menggunakan Go-Pay Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. *Exero : Journal Of Research In Business And Economics*, 3(1), 128–146. <https://doi.org/10.24071/exero.v3i1.4240>
- Wati, V., & Rijali, Fikri Nadi. (2024). *Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Oleh Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong*. 7, 1969–1982.

- Widiyati, D., & Erliana. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perlindungan Data, Dan Cybersecurity Terhadap Penggunaan Financial Technology. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 9(1), 130–141.
<https://doi.org/10.29407/Jae.V9i1.21945>
- Yusuf, M., Sutrisno, Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2021). *Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literature Review*. 30(3), 167–186.
- Zainuddin, Z., Djauhar, A. Dan, & Anjasmara I, R. (2024). *Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Toko Beauty Kendari (Studi Kasus Toko Beauty Cabang Mandonga)*. 5(1), 174–188.