

ANALISIS BEHAVIORAL INTENTION PADA PENERAPAN TAX MONITORING MENGUNAKAN MODEL UTAUT2

¹⁾ Rihadatul A'isy Putri Dianfah ²⁾ Damas Dwi Anggoro ³⁾ Aleyda Farihatu Shofwah

Penulis:

¹⁾ Rihadatul A'isy Putri Dianfah
putridianfah@student.ub.ac.id
Universitas Brawijaya,
Indonesia

²⁾ Damas Dwi Anggoro
damasdwia@ub.ac.id
Universitas Brawijaya,
Indonesia

³⁾ Aleyda Farihatu Shofwah
aleydafs@student.ub.ac.id
Universitas Brawijaya,
Indonesia

Abstrak

Dalam upaya optimalisasi penerimaan daerah dan pelayanan, pemerintah daerah membuat suatu inovasi kebijakan dengan menyediakan layanan berbasis teknologi berupa *tax monitoring*. Melalui penerapan *tax monitoring* diharapkan bisa meningkatkan penerimaan pajak daerah di Kabupaten Sidoarjo, namun masih banyak objek pajak yang belum sepenuhnya memaksimalkan inovasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi *behavioral intention* atau niat perilaku penggunaan wajib pajak dalam menggunakan *tax monitoring* menggunakan model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2* (UTAUT2) yang telah dimodifikasi dengan menghilangkan variabel *price value* dan menambahkan variabel *trust*. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 83 responden wajib pajak yang terdaftar di Badan Pelayanan Pajak Daerah (BPPD) Kabupaten Sidoarjo. Analisis data menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang terdiri atas evaluasi *outer model* dan *inner model*, menggunakan aplikasi *Partial Least Square* (PLS) 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* dan *habit* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Kemudian variabel *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *trust* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring*.

Kata kunci: *Tax Monitoring, UTAUT2, Trust, Behavioral Intention*

Abstract

In an effort to optimize regional revenues and services, the regional government created policy innovation by providing technology-based services in the form of tax monitoring. Through the implementation of tax monitoring, it is hoped that it can increase regional tax revenues in Sidoarjo Regency, however, there are still many taxpayers who have not fully maximized this innovation. This research aims to find out what factors influence taxpayers' behavioral intention or intention to use tax monitoring using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) model which has been modified by removing the price value variable and adding the trust variable. This type of research is explanatory research using a quantitative approach. The sample used was 83 taxpayer respondents registered with Badan Pelayanan Pajak Daerah (BPPD) Sidoarjo Regency. Data analysis uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis which consists of evaluating the outer model and inner model, using the Partial Least Square (PLS) 3.0 application. The results of this research show that the performance expectancy and habit have a positive and significant influence on behavioral intention.

Sitasi

Dianfah, Rihadatul A. P., Anggoro, Damas D. & Shofwah, Aleyda F. (2024). Analisis Behavioral Intention Pada Penerapan Tax Monitoring Menggunakan Model Utaut2. *TAXPEDIA: Journal of Tax Policy, Economic and Accounting*. Volume 2 Nomor 1

Then the variables effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, and trust do not have a significant influence on behavioral intention in implementing tax monitoring.

Keywords: Tax Monitoring, UTAUT2, Trust, Behavioral Intention

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi banyak dimanfaatkan berbagai bidang, misalnya pemanfaatan oleh instansi pemerintah melalui *e-government*. Pelayanan yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi tersebut memiliki tujuan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan akuntabilitas pelayanan yang diselenggarakan oleh pemerintah, termasuk pemerintah daerah. Dikutip dari United Nations (2018), *e-Government* dapat memperkuat ketahanan dan keberlanjutan serta dapat menyelaraskan inovasi kebijakan pemerintahan daerah dengan strategi digital nasional. Pembuat kebijakan dapat menciptakan kebijakan baru untuk mempromosikan ketahanan dan keberlanjutan dalam perencanaan lokal dan upaya pembangunan dengan berusaha mengimbangi kecepatan inovasi teknologi (United Nations, 2018).

Pemerintah daerah Kabupaten Sidoarjo dalam hal ini berupaya untuk meningkatkan penerimaan dari sektor pajak daerah dengan menyediakan layanan berbasis teknologi berupa *tax monitoring*. Optimalisasi penerimaan daerah sangat penting untuk menambah kemampuan keuangan daerah dalam membiayai program-program penyediaan layanan dasar publik sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal (Pasaribu, 2022). *Tax monitoring* merupakan bentuk pelayanan berbasis teknologi berupa pemasangan alat perekam transaksi yang ditujukan untuk pengawasan pelaporan pajak parkir, pajak hotel, pajak restoran, dan pajak hiburan. Adanya program *tax monitoring* pada keempat jenis pajak tersebut dipercaya dapat meningkatkan penerimaan pajak daerah Kabupaten Sidoarjo secara keseluruhan (Syarif, 2022).

Penerapan *tax monitoring* di Kabupaten Sidoarjo berupa *tapping box* dimulai pada tahun 2020 dan masih tergolong baru jika dibandingkan dengan daerah lain yang terdekat. Misalnya Kabupaten Mojokerto memulai pelaksanaan program *tax monitoring* berupa *tapping box* pada tahun 2018, Kabupaten Gresik pada tahun 2019, dan Kota Surabaya pada tahun 2017. Dalam hal ini, penerimaan wajib pajak terhadap sebuah teknologi baru berupa *tax monitoring* perlu diteliti. Penerimaan atas sebuah teknologi baru tersebut dapat diteliti menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2012).

Menurut Venkatesh et al. (2012), niat perilaku (*behavioral intention*) dalam pemakaian atau penggunaan suatu sistem secara terus-menerus dipengaruhi oleh konstruk dari UTAUT2. Konstruk tersebut meliputi *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. Adapun penelitian ini menggunakan UTAUT2 yang dimodifikasi dengan menghilangkan konstruk *price value* sebagai konstruk asli dari UTAUT2 dan menambahkan konstruk *trust*. Konstruk *price value* dihilangkan karena dianggap tidak relevan dengan *tax monitoring* di Kabupaten Sidoarjo, dengan alasan wajib pajak tidak mengeluarkan biaya dalam pemasangan alat perekam transaksi, sehingga *price value* tidak perlu diikutsertakan dalam penelitian ini. Konstruk *trust* atau kepercayaan juga ditambahkan pada penelitian ini untuk memperdalam cakupan penerapannya pada teori adopsi teknologi (Venkatesh et al., 2012).

Dengan menggunakan UTAUT2 yang dimodifikasi, penelitian ini meneliti *behavioral intention* melalui tujuh konstruk utama yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*,

facilitating condition, hedonic motivation, habit, dan trust. Oleh karena itu, penelitian ini dapat berkontribusi secara teoritis dalam penggunaan UTAUT2 mengenai penerimaan sebuah teknologi perpajakan. Selain itu, hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pemerintah daerah penyedia layanan dalam menyusun strategi kedepannya atau dapat dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan kebijakan dan meningkatkan kualitas layanan untuk wajib pajak.

TINJAUAN PUSTAKA

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

UTAUT2 merupakan model penerimaan teknologi yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2012) yang merupakan penyempurnaan model dari UTAUT yang dikembangkan pada tahun 2003, model ini paling banyak digunakan untuk mengevaluasi niat perilaku untuk menggunakan produk atau layanan inovasi baru (Widyanto et al., 2020). UTAUT memiliki empat konstruk, diantaranya yaitu *performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating condition* yang kemudian dikembangkan dalam UTAUT2 dengan menambahkan tiga konstruk diantaranya *hedonic motivation, price value, dan habit*.

Performance Expectancy (Ekspektasi Kinerja)

Performance expectancy didefinisikan sebagai sejauh mana suatu individu percaya bahwa menggunakan sistem dapat membantu untuk mencapai tujuan tertentu dan tentunya membawa manfaat sehingga meningkatkan suatu kinerja (Venkatesh et al., 2003). *Performance expectancy* merupakan pendorong utama *behavioral intention* dan perilaku pengguna teknologi (Venkatesh et al., 2012).

Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha)

Effort expectancy didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi. Wong et al. (2015) menyatakan bahwa sebuah teknologi cenderung digunakan apabila berkaitan dengan sistem yang mudah, ramah pengguna, dan nyaman bagi pengguna. Pada penelitian yang dilakukan oleh Dajani & Abu Hegleh (2019), *effort expectancy* memiliki hasil yang signifikan dengan *behavioral intention*. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa *effort expectancy* memiliki peran yang penting dalam menentukan niat perilaku untuk menggunakan suatu teknologi.

Social Influence (Faktor Sosial)

Social influence didefinisikan sebagai sejauh mana suatu individu merasakan bahwa orang lain yang mereka anggap penting percaya bahwa mereka harus menggunakan sistem atau teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Kapser & Abdelrahman (2020), *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

Facilitating Conditions (Kondisi yang Memfasilitasi)

Facilitating condition mengacu pada persepsi pengguna tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan suatu perilaku (Venkatesh et al., 2012). *Facilitating condition* sejauh ini dapat memberikan gambaran bahwa sebagian besar masyarakat memanfaatkan teknologi terbaru seperti dalam bentuk laptop berteknologi tinggi, *smartphone*, dan aplikasi lainnya yang

canggih yang dapat dilakukan untuk transaksi secara positif memprediksi kepuasan penggunaan terhadap teknologi (Gupta & Arora, 2020). Pada penelitian yang dilakukan oleh Kasper & Abdelrahman (2020) menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi, seperti sumber daya eksternal dan dukungan terhadap penerimaan penggunaan ADV, memiliki aspek yang penting dalam mempengaruhi *behavioral intention*.

Hedonic Motivation (Motivasi Hedonis)

Hedonic motivation didefinisikan sebagai kesenangan yang berasal dari penggunaan suatu teknologi, dan terbukti memiliki peran yang besar dalam menentukan penerimaan terhadap teknologi (Venkatesh et al., 2012). Penelitian dari Gumz et al. (2022) menunjukkan bahwa *hedonic motivation* merupakan salah satu faktor penerimaan utama pada penggunaan *smart meter*, dengan kesimpulan bahwa semakin banyak konsumen yang mempersepsikan *smart meter* sebagai suatu yang menyenangkan untuk digunakan maka semakin besar juga penerimaan mereka terhadap *smart meter*.

Habit (Kebiasaan)

Habit didefinisikan sebagai kebiasaan yang ditentukan oleh tingkat interaksi keakraban dengan suatu teknologi yang membuat pengguna menjadi berkembang dari waktu ke waktu (Venkatesh et al., 2012). Pada penelitian yang dilakukan oleh Herrero et al. (2017) menunjukkan bahwa *habit* merupakan salah satu faktor pendukung utama dalam niat penggunaan teknologi.

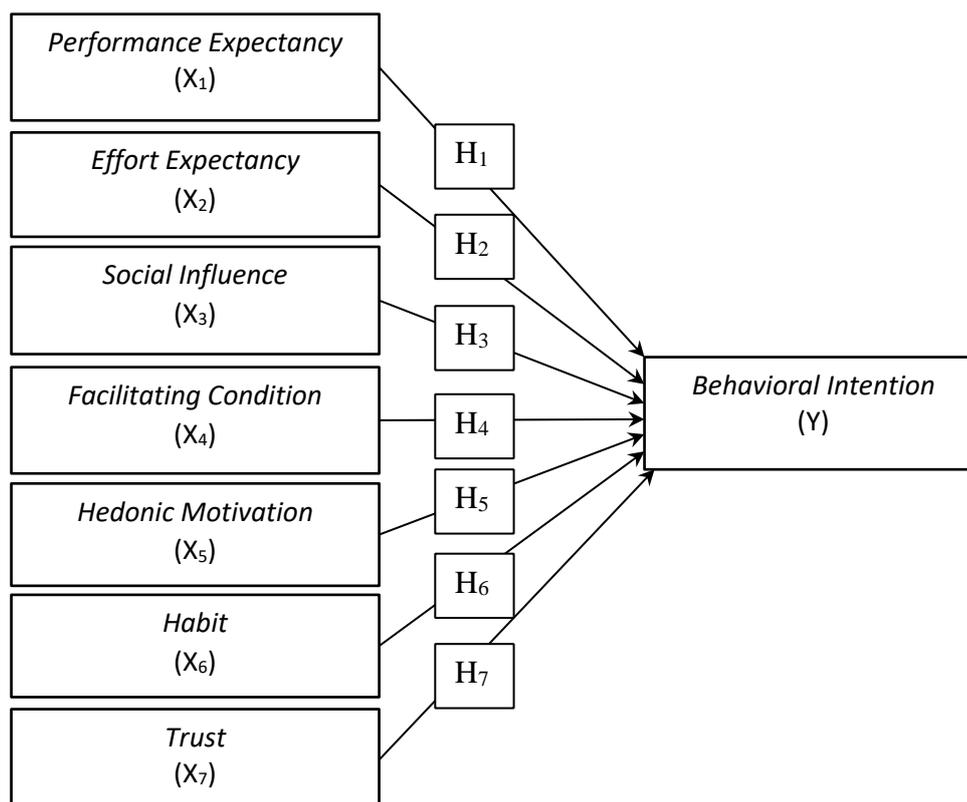
Trust (Kepercayaan)

Kepercayaan diperkenalkan sebagai konstruk tambahan ke dalam model UTAUT2 untuk memperdalam cakupan penerapannya pada teori adopsi teknologi seperti yang disarankan oleh Venkatesh et al. (2012). *Trust* didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna teknologi percaya bahwa layanan tersebut dapat diandalkan dan aman untuk diadopsi (Al-Saedi et al., 2020). Pada penelitian oleh Khan et al. (2021), kepercayaan merupakan perhatian utama yang mengembangkan kemauan warga negara untuk menggunakan media sosial sebagai platform teknologi untuk layanan *e-government*, artinya kepercayaan ditemukan memiliki hubungan yang signifikan dengan niat warga untuk menggunakan layanan media sosial pemerintah.

Behavioral Intention (Niat Perilaku)

Behavioral intention didefinisikan sebagai niat perilaku dalam niat pemakaian atau menggunakan suatu sistem secara terus menerus dengan dipengaruhi oleh konstruk dari UTAUT2 (Venkatesh et al., 2003). Suatu individu akan mengandalkan persepsi mereka sendiri tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan untuk membentuk niat mereka dan niat juga dapat memprediksi tingkat penerimaan teknologi di masa yang akan datang (Szajna, 1996). Dalam penelitian Onibala et al. (2021) *behavioral intention* memiliki kaitan dengan pengaruh penerapan e-kinerja pada perilaku mereka. Sehingga seseorang akan berminat menggunakan suatu teknologi jika mereka meyakini bahwa dengan memanfaatkan teknologi tersebut karena teknologi akan meningkatkan kinerjanya, dapat dilakukan dengan mudah (Venkatesh et al., 2003).

Berdasarkan teori dan konsep yang telah dipaparkan, berikut model hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 1 Model Hipotesis

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

- H1: *Performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring*
- H2: *Effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring*
- H3: *Social influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *tax monitoring*
- H4: *Facilitating motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *tax monitoring*
- H5: *Hedonic motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam dalam penggunaan *tax monitoring*
- H6: *Habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam dalam penggunaan *tax monitoring*
- H7: *Trust* berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring*

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini dipilih untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat dari variabel independen *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *social influence*, *hedonic motivation*, *habit*, *trust* terhadap variabel dependen *behavioral intention*. Sampel yang digunakan sebanyak 83 responden wajib pajak yang terdaftar di BPPD Kabupaten Sidoarjo. Pengumpulan data

menggunakan kuesioner secara *offline* dengan mendatangi wajib pajak dan secara *online* melalui *Google Form*.

Kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu bagian tentang data diri responden dan pernyataan untuk mengukur suatu variabel. Variabel *behavioral intention* dan *habit* diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari penelitian oleh Herrero et al. (2017), indikator *performance expectancy* dan *effort expectancy* diadaptasi dari penelitian Dajani & Abu Hegleh (2019), indikator *social influence*, *facilitating condition*, dan *hedonic motivation* diadaptasi dari penelitian oleh Kapser & Abdelrahman (2020), dan indikator *trust* diadaptasi dari penelitian Khan et al. (2021). Indikator dari masing-masing variabel disajikan dalam Tabel berikut.

Tabel 1 Pernyataan Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator		Pernyataan
Performance Expectancy (PE)	Useful	PE1	Tax monitoring adalah sistem yang bermanfaat.
	Helpful	PE2	Sistem tax monitoring membantu saya untuk mempermudah proses pelaporan pajak.
	Increases productivity	PE3	Sistem tax monitoring meningkatkan produktivitas kerja saya.
Effort Expectancy (EE)	Comprehensible	EE1	Menggunakan sistem tax monitoring jelas dan mudah dipahami.
	Easy to use	EE2	Sangat mudah untuk melaporkan pajak ketika menggunakan tax monitoring.
	Learn	EE3	Mempelajari cara menggunakan tax monitoring itu sederhana
Social Influence (SI)	Important	SI1	Orang yang penting bagi saya akan berpikir bahwa saya harus menggunakan tax monitoring untuk mempermudah pelaporan pajak
	Influence	SI2	Orang yang mempengaruhi perilaku saya akan berpikir bahwa saya harus menggunakan tax monitoring untuk mempermudah pelaporan pajak
	Opinion I appreciate	SI3	Orang yang memiliki pendapat yang saya hargai lebih suka saya menggunakan tax monitoring untuk mempermudah pelaporan pajak
Facilitating Condition (FC)	Resources necessary	FC1	Saya memiliki sumber daya yang saya perlukan untuk menerapkan sistem tax monitoring.
	Knowledge necessary	FC2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menerapkan program tax monitoring.
	Compatible	FC3	Sistem tax monitoring telah kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan (misalnya, mesin kasir).
Hedonic Motivation (HM)	Fun	HM1	Menggunakan tax monitoring akan menyenangkan.
	Enjoyable	HM2	Menggunakan tax monitoring akan nyaman.
	Entertaining	HM3	Menggunakan tax monitoring menarik.

Habit (H)	<i>Become a habit</i>	H1	Penggunaan <i>tax monitoring</i> untuk mempermudah pelaporan pajak telah menjadi kebiasaan bagi saya.
	<i>Addicted</i>	H2	Saya gemar menggunakan <i>tax monitoring</i> untuk mempermudah proses pelaporan pajak.
	<i>Daily basis</i>	H3	Penggunaan <i>tax monitoring</i> untuk mempermudah pelaporan pajak adalah sesuatu yang saya lakukan setiap hari.
Trust (T)	<i>Trustworthy</i>	T1	Saya percaya bahwa sistem <i>tax monitoring</i> dapat dipercaya.
	<i>No harm</i>	T2	Saya percaya bahwa sistem <i>tax monitoring</i> tidak merugikan saya.
	<i>Trust</i>	T3	Saya percaya pada sistem <i>tax monitoring</i> .
Behavioral Intention (BI)	<i>Intend to use</i>	BI1	Saya bermaksud menggunakan <i>tax monitoring</i> untuk mempermudah proses pelaporan pajak.
	<i>Probably use</i>	BI2	Saya mungkin memanfaatkan <i>tax monitoring</i> untuk mempermudah proses pelaporan pajak.
	<i>Decided to use</i>	BI3	Saya memutuskan untuk menggunakan <i>tax monitoring</i> untuk mempermudah proses pelaporan pajak.

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Data yang terkumpul kemudian diolah dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan aplikasi *Partial Least Square* (PLS) 3.0. Analisis data terdiri dari *outer model assessment* (model pengukuran) dan *inner model assessment* (model struktural).

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut Hair et al. (2021), evaluasi *outer model* dilakukan dengan pengujian reliabilitas dan validitas. Masing-masing pengujian harus memenuhi *rule of thumb* sebagai berikut.

Tabel 2 Metrik dan Thresholds Model Pengukuran

	Kriteria	Metrik dan Thresholds
Uji Reliabilitas	<i>Indicator loadings</i>	<i>Factor loadings</i> $\geq 0,708$
	<i>Internal consistency reliability</i>	<i>Composite reliability</i> $> 0,7$ dan <i>Cronbach Alpha</i> $> 0,7$
Uji Validitas	<i>Convergent validity</i>	AVE (<i>Average Variance Extracted</i>) $\geq 0,5$
	<i>Discriminant validity</i>	<i>Fornell-Larcker Criterion</i> , dimana varian bersama antar konstruk tidak boleh lebih besar dari varian bersama konstruk lainnya

Sumber: Hair et al., 2021

Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi *inner model* model dalam penelitian ini dilakukan dengan pengujian *R-Square* (R^2) dan *Path Coefficient*. Adanya perbedaan hasil pada penelitian terdahulu menyebabkan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini bersifat *non directional* atau bersifat dua arah (*two-tailed test*). Sebagaimana dikemukakan oleh Bougie & Sekaran (2019) bahwa *nondirectional hypotheses* dapat

digunakan apabila dalam beberapa penelitian ditemukan hubungan yang positif, sementara pada penelitian lain hubungan negatif ditemukan, sehingga peneliti saat ini mungkin hanya dapat membuat hipotesis bahwa terdapat hubungan yang signifikan tanpa arah yang jelas. Pengujian signifikansi tersebut membandingkan nilai t-hitung yang diperoleh dari *bootstrapping* dengan nilai kritis dari distribusi normal standar (Hair et al., 2021). Penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis *two-tail* dengan tingkat signifikansi 5%, sehingga nilai t-hitung harus lebih dari 1,96 dan P values kurang dari 0,05 untuk hipotesis yang diterima (Hair et al., 2021).

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini diperoleh 83 responden, analisis dilakukan pada keseluruhan jumlah responden. Responden pada penelitian ini merupakan wajib pajak restoran, hotel, hiburan, dan parkir di Kabupaten Sidoarjo yang terdaftar melakukan pemasangan *tax monitoring* pada Badan Pelayanan Pajak Daerah (BPPD) Kabupaten Sidoarjo. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan dua cara, yaitu *offline* dengan mendatangi lokasi objek pajak dan *online* menggunakan Google Formulir yang disebarakan melalui pesan pribadi kepada wajib pajak. Berikut disajikan tabel karakteristik responden.

Tabel 1 Karakteristik Demografi Responden

	Kategori	Frekuensi	Persentase
Wajib Pajak	Wajib Pajak Hotel	6	7%
	Wajib Pajak Restoran	72	87%
	Wajib Pajak Hiburan	1	1%
	Wajib Pajak Parkir	4	5%
Waktu Pemakaian <i>Tax Monitoring</i>	< 1 tahun	14	17%
	1 – 3 tahun	46	55%
	> 3 tahun	23	28%

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Hasil Outer Model

Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil pengujian *outer model* disajikan dalam Tabel 2 dan Tabel 3. Nilai dari masing-masing pengujian telah memenuhi *rule of thumb* dari Hair et al. (2021) sebagaimana tercantum dalam Tabel 2, sehingga dapat dikatakan bahwa konstruk dan indikator dalam penelitian ini telah valid dan reliabel.

Tabel 2 Hasil Factor Loading, Cronbach's Alpha, rho_A, dan Composite Reliability

Konstruk	Indikator	Factor Loading	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	BI1	0,905	0,891	0,892	0,932
	BI2	0,931			
	BI3	0,881			
<i>Effort Expectancy</i> (EE)	EE1	0,829	0,832	0,867	0,898
	EE2	0,898			

	EE3	0,863			
Facilitating Conditions (FC)	FC1	0,877			
	FC2	0,872	0,847	0,864	0,906
	FC3	0,872			
Habit (H)	H1	0,855			
	H2	0,909	0,830	0,832	0,899
	H3	0,827			
Hedonic Motivation (HM)	HM1	0,876			
	HM2	0,931	0,876	0,891	0,924
	HM3	0,877			
Performance Expectancy (PE)	PE1	0,814			
	PE2	0,921	0,806	0,830	0,885
	PE3	0,807			
Social Influence (SI)	SI1	0,903			
	SI2	0,888	0,853	0,869	0,910
	SI3	0,843			
Trust (T)	T1	0,890			
	T2	0,915	0,889	0,903	0,931
	T3	0,907			

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Tabel 3 Hasil Uji Fornell-Lacker Criterion

Variabel	BI	EE	FC	H	HM	PE	SI	T
Behavioral Intention (BI)	0,906							
Effort Expectancy (EE)	0,548	0,864						
Facilitating Conditions (FC)	0,346	0,483	0,874					
Habit (H)	0,688	0,528	0,534	0,865				
Hedonic Motivation (HM)	0,619	0,425	0,329	0,664	0,895			
Performance Expectancy (PE)	0,719	0,683	0,445	0,577	0,519	0,849		
Social Influence (SI)	0,622	0,435	0,363	0,715	0,766	0,589	0,879	
Trust (T)	0,535	0,430	0,635	0,694	0,591	0,522	0,518	0,904

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Hasil Inner Model

Berdasarkan pengujian *path coefficient* dalam penelitian ini, didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 4 Hasil Uji *Path Coefficients*

Hipotesis	Original Sample	T Statistic	P Values	Keputusan
<i>Performance Expectancy</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.452	4.387	0.000	Diterima
<i>Effort Expectancy</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.036	0.332	0.740	Ditolak
<i>Social Influence</i> → <i>Behavioral Intention</i>	-0.009	0.058	0.954	Ditolak
<i>Facilitating Conditions</i> → <i>Behavioral Intention</i>	-0.130	1.376	0.169	Ditolak
<i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.168	1.208	0.228	Ditolak
<i>Habit</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.356	2.398	0.017	Diterima
<i>Trust</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.025	0.219	0.827	Ditolak

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan pengujian *R-Square* (R^2) yang dilakukan, dalam penelitian ini menunjukkan nilai R^2 variabel *behavioral intention* adalah 0,656. Maksud dari nilai tersebut adalah bahwa kemampuan variabel-variabel bebas, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *habit* dan *trust* dalam menjelaskan variabel *behavioral intention* adalah sebesar 65,6%. Sisanya sebesar 34,4% *behavioral intention* dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring*. Oleh karena itu, H1 dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori bahwa *performance expectancy* merupakan pendorong utama *behavioral intention* pada penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Korkmaz et al. (2021) dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada proses penerimaan sistem transportasi umum otonom oleh pengguna potensial yang memanfaatkan *technology autonomous vehicles* atau teknologi pada kendaraan yang dapat beroperasi dengan aman dan efektif tanpa perlu dikendalikan oleh manusia. Terdapat penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini yang dilakukan oleh Onibala et al. (2021) yang mana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan e-kinerja yang dapat bermanfaat dan dapat membantu meningkatkan pekerjaan pada pemerintahan Provinsi Sulawesi Utara.

Pengguna akan menggunakan sistem atau teknologi ketika mereka merasa bahwa suatu teknologi dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerja mereka. Oleh karena itu, signifikannya hubungan *performance expectancy* dengan *behavioral intention* menunjukkan wajib

pajak akan bersedia menggunakan *tax monitoring* apabila teknologi tersebut dapat memberikan manfaat dan membantu wajib pajak dalam kemudahan pelaporan perpajakannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Dirghayusa & Yasa (2020) yang menyatakan bahwa *tax monitoring* dinilai sebagai suatu ukuran dimana penggunaan teknologi mempermudah wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian, *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring*. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Korkmaz et al. (2021) dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada proses penerimaan sistem transportasi umum otonom oleh pengguna potensial yang memanfaatkan *technology autonomous vehicles* atau teknologi pada kendaraan yang dapat beroperasi dengan aman dan efektif tanpa perlu dikendalikan oleh manusia. Selain itu, terdapat penelitian lain yang memanfaatkan *technology autonomous vehicles* pada kendaraan pengiriman otonom untuk pengiriman jarak jauh yang dilakukan oleh Kapser & Abdelrahman (2020) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

Tidak signifikannya hubungan *effort expectancy* dapat disebabkan karena dalam penggunaan *tax monitoring*, wajib pajak cenderung berfokus pada peningkatan laba dan belum memiliki kesadaran terhadap kewajiban perpajakannya, sehingga faktor kemudahan dalam penggunaan *tax monitoring* cenderung diabaikan oleh wajib pajak. Kurangnya kesadaran wajib pajak tersebut dikarenakan dalam penerapannya, pemasangan *tax monitoring* dilakukan atas himbauan dari pemerintah, oleh karena itu dapat dikatakan tidak ada unsur sukarela dari wajib pajak untuk menggunakan *tax monitoring* tersebut.

Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Oleh karena itu, H3 dalam penelitian ini ditolak dan tidak dapat mengkonfirmasi hubungan *social influence* pada *behavioral intention* berdasarkan UTAUT2. Adapun hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Dajani & Abu Hegleh (2019) bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan animasi pada mahasiswa. Revolusi teknologi yang memungkinkan mahasiswa untuk mengumpulkan sumber daya dalam jumlah yang besar di bidang pendidikan dalam bentuk animasi, namun mahasiswa tidak menganggap orang-orang disekitarnya berdampak pada perilaku mereka, dengan demikian *social influence* tidak didukung (Dajani & Abu Hegleh, 2019). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan bahwa variabel *social influence* yang diukur dari orang yang penting bagi mereka, orang yang mempengaruhi perilaku mereka, dan orang yang memiliki pendapat yang lebih dihargai. Sehingga dalam penggunaan *tax monitoring*, wajib pajak tidak menganggap orang-orang disekitar mereka berdampak pada perilaku mereka untuk menggunakan *tax monitoring*.

Hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa dalam penggunaan *tax monitoring*, wajib pajak tidak menganggap orang sekiranya mempengaruhi perilaku mereka. Penggunaan *tax monitoring* dilakukan atas himbauan dari pemerintah, dimana pemerintah mendatangi langsung wajib pajak untuk dipasang *tax monitoring*. Akan tetapi dalam hal ini, pemerintah belum dapat menjadi

pengaruh sosial bagi wajib pajak, karena masih kurangnya sosialisasi terkait penerapan sistem *tax monitoring* di Kabupaten Sidoarjo. Berdasarkan Venkatesh & Davis (2000) semakin banyak pengaruh yang diberikan pada suatu lingkungan maka semakin besar minat pemanfaatan teknologi. Selain itu, kurangnya penyampaian sosialisasi oleh BPPD Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu hambatan dalam kesadaran membayar pajak yang telah disampaikan oleh pihak BPPD Kabupaten Sidoarjo (BPPD Kabupaten Sidoarjo, 2022), sehingga BPPD Kabupaten Sidoarjo belum dapat menjadi pengaruh sosial bagi wajib pajak.

Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian, *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring*. Hasil temuan ini menarik, karena menurut BPPD Kabupaten Sidoarjo setiap objek pajak yang dilakukan pemasangan *tax monitoring* telah dilakukan analisis terlebih dahulu yang tentunya telah sesuai dengan indikator dari variabel *facilitating condition* salah satunya *resources necessary* (sumber daya yang diperlukan) misalnya komputer yang digunakan untuk menghubungkan aplikasi *tax monitoring* sendiri ataupun jika wajib pajak tidak memiliki sumber daya maka pihak BPPD yang menyediakan seperti yang tertuang pada Peraturan Daerah Kabupaten Sidoarjo Nomor 6 Tahun 2021 pada Pasal 7 Ayat (3).

Tidak signifikannya hubungan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* tersebut karena meskipun wajib pajak telah mempunyai sumber daya yang diperlukan dalam pelaksanaan *tax monitoring*, namun wajib pajak di Kabupaten Sidoarjo cenderung berfokus pada peningkatan laba dan belum memiliki kesadaran terhadap kewajiban perpajakannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syamsudin et al. (2018) dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *facilitating condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *e-government*. Selain itu penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Onibala et al. (2021) yang mana hasil penelitian tersebut menunjukkan *facilitating condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan e-kinerja.

Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian, *hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring*. Hal ini bertentangan dengan teori bahwa *hedonic motivation* memiliki peran yang besar dalam menentukan penerimaan terhadap teknologi (Venkatesh et al., 2012). Wajib pajak yang menggunakan sistem *tax monitoring* tidak memiliki kesenangan atas penggunaan sistem tersebut seperti ketepatan dan kredibilitas pelaporan pajak karena mereka hanya berfokus pada peningkatan laba, sehingga wajib pajak cenderung terpaksa karena adanya kewajiban dalam pemasangan sistem *tax monitoring* di Kabupaten Sidoarjo.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Merhi et al. (2019) dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *hedonic motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan teknologi berupa layanan *mobile banking*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian lain yang dilakukan oleh Korkmaz et al. (2021) dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *hedonic motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada proses penerimaan sistem transportasi umum otonom oleh pengguna potensial yang memanfaatkan *technology autonomous vehicles* atau teknologi pada kendaraan yang dapat beroperasi dengan aman dan efektif tanpa perlu dikendalikan oleh manusia.

Pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention*

Habit merupakan kebiasaan yang ditentukan oleh tingkat interaksi keakraban dengan suatu teknologi yang membuat pengguna menjadi berkembang dari waktu ke waktu. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa H6 diterima. Hal tersebut dapat diartikan bahwa *habit* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring*. Penggunaan teknologi berupa *tax monitoring* oleh wajib pajak merupakan suatu kewajiban wajib pajak sesuai yang tertulis pada Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2020. Sehingga wajib pajak tetap harus menggunakan *tax monitoring*, maka melalui kewajiban tersebut dapat menggerakkan kebiasaan wajib pajak di Kabupaten Sidoarjo untuk menggunakan *tax monitoring*.

Pengalaman dioperasikan menjadi tiga tingkat berdasarkan berlalunya waktu (Venkatesh et al., 2012), diantaranya adalah saat sistem awalnya tersedia untuk digunakan, satu bulan setelah digunakan, dan tiga bulan setelah digunakan. Hasil responden terbesar dari tabel distribusi responden berdasarkan waktu pemakaian adalah waktu pemakaian satu sampai tiga tahun, yang dianggap sebagai waktu yang cukup untuk dapat membentuk kebiasaan. Hal tersebut dijelaskan pada penelitian oleh Lally et al. (2010) yang menyatakan bahwa rata-rata waktu yang dibutuhkan untuk pembentukan kebiasaan adalah 66 hari (2 – 3 bulan).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Merhi et al. (2019) dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *habit* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan teknologi berupa layanan *mobile banking*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Korkmaz et al. (2021) dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *habit* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada proses penerimaan sistem transportasi umum otonom oleh pengguna potensial yang memanfaatkan *technology autonomous vehicles* atau teknologi pada kendaraan yang dapat beroperasi dengan aman dan efektif tanpa perlu dikendalikan oleh manusia. Terdapat pernyataan bahwa *habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* disebabkan karena perkembangan teknologi dapat menggerakkan kebiasaan masyarakat (Syamsudin et al., 2018).

Pengaruh *Trust* terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian, *trust* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring*. Oleh karena itu, H7 dalam penelitian ini ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syamsudin et al. (2018) dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *e-government*.

Hasil yang berbeda terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Merhi et al. (2019) yang menyatakan bahwa *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan *mobile banking*. Kepercayaan dianggap sebagai penentu utama *behavioral intention* untuk menggunakan teknologi, namun pada penelitian tersebut terdapat perbedaan objek dengan penelitian yang dilakukan yaitu *mobile banking* yang perlunya dukungan keamanan yang memadai untuk mempengaruhi penggunaan *mobile banking*.

Apabila merujuk pada masing-masing kategori wajib pajak, rata-rata wajib pajak restoran, wajib pajak hotel, wajib parkir, dan wajib pajak hiburan menyatakan setuju dengan setiap pernyataan yang telah disajikan pada variabel *behavioral intention*. Artinya secara umum tidak ada perbedaan respons wajib pajak dengan *nature* kegiatan yang berbeda terhadap intensi berperilaku mereka dalam menggunakan *tax monitoring*. Akan tetapi, hal tersebut perlu diteliti lebih lanjut dan

dapat menjadi saran bagi penelitian selanjutnya dengan jumlah responden yang lebih besar dan tujuan penelitian yang lebih spesifik mempertimbangkan perbedaan kategori wajib pajak.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sidoarjo dengan total 83 responden responden wajib pajak terpasang *tax monitoring* yang meliputi wajib pajak restoran, wajib pajak hotel, wajib pajak parkir dan wajib pajak hiburan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel yaitu diantaranya *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *habit*, dan *trust* terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring* di Kabupaten Sidoarjo. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka disimpulkan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring* di Kabupaten Sidoarjo. Pengguna percaya bahwa menggunakan sistem dapat membantu tujuan tertentu dan membawa manfaat sehingga dapat meningkatkan kinerjanya. Sehingga dalam hal ini penggunaan *tax monitoring* dapat membantu dan membawa manfaat bagi wajib pajak dalam hal pelaporan pajak. Selanjutnya, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, dan *trust* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* pada penerapan *tax monitoring* di Kabupaten Sidoarjo.

Tidak signifikannya hubungan *effort expectancy* dengan *behavioral intention* dapat disebabkan karena dalam penggunaan *tax monitoring*, wajib pajak cenderung berfokus pada peningkatan laba dan belum memiliki kesadaran terhadap kewajiban perpajakannya, sehingga faktor kemudahan dalam penggunaan *tax monitoring* cenderung diabaikan oleh wajib pajak. Adapun *social influence* yang diukur dari orang yang penting bagi mereka, orang yang mempengaruhi perilaku mereka, dan orang yang memiliki pendapat yang lebih dihargai. Sehingga dalam penggunaan *tax monitoring*, wajib pajak tidak menganggap orang-orang disekitar mereka berdampak pada perilaku mereka untuk menggunakan *tax monitoring*. Sedangkan tidak signifikannya hubungan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* disebabkan karena meskipun wajib pajak telah mempunyai sumber daya yang diperlukan dalam pelaksanaan *tax monitoring*, namun wajib pajak belum memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk pengoperasian *tax monitoring* di Kabupaten Sidoarjo.

Berkaitan dengan *hedonic motivation*, wajib pajak yang menggunakan sistem *tax monitoring* tidak memiliki kesenangan atas penggunaan sistem tersebut seperti ketepatan dan kredibilitas pelaporan pajak karena mereka hanya berfokus pada peningkatan laba, sehingga wajib pajak cenderung terpaksa karena adanya kewajiban dalam pemasangan sistem *tax monitoring* di Kabupaten Sidoarjo. Adapun *trust* atau kepercayaan dianggap sebagai penentu utama *behavioral intention* untuk menggunakan teknologi, namun pada penelitian tersebut terdapat perbedaan objek dengan penelitian yang dilakukan yaitu *mobile banking* yang perlunya dukungan keamanan yang memadai untuk mempengaruhi penggunaan *mobile banking*. Lain halnya di bidang pajak yang baru-baru ini mendapati fenomena ‘gerakan tolak bayar pajak’ gerakan ini muncul sebagai bentuk kekecewaan atas oknum pejabat pajak. Sehingga dalam hal ini *trust* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* penggunaan *tax monitoring*. Adapun variabel *habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* karena perkembangan teknologi dapat menggerakkan kebiasaan (*habit*) masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption. *Technology in Society*, 62(June), 101293. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods for Business* (8th ed.). WILEY.
- BPPD Kabupaten Sidoarjo. (2022). *Sosialisasi Pajak Daerah 2022*. Pajakdaerah.Sidoarjokab.Go.Id/Web/.
- Dajani, D., & Abu Hegleh, A. S. (2019). Behavior intention of animation usage among university students. *Heliyon*, 5(10), e02536. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02536>
- Dirghayusa, I. P. A., & Yasa, I. N. P. (2020). Pengaruh Penggunaan Tapping Box Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Dengan Pemahaman Penggunaan Sistem Online Sebagai Variabel Pemoderasi. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 11(3), 538–549.
- Farah, M. F. (2018). *Mobile-banking adoption: empirical evidence from the banking sector in Pakistan*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215>
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer Nature.
- Herrero, Á., San Martín, H., & Garcia-De los Salmones, M. del M. (2017). Explaining the adoption of social networks sites for sharing user-generated content: A revision of the UTAUT2. *Computers in Human Behavior*, 71, 209–217. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.007>
- Kapser, S., & Abdelrahman, M. (2020). Acceptance of autonomous delivery vehicles for last-mile delivery in Germany – Extending UTAUT2 with risk perceptions. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 111(January), 210–225. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2019.12.016>
- Khan, S., Umer, R., Umer, S., & Naqvi, S. (2021). Antecedents of trust in using social media for E-government services: An empirical study in Pakistan. *Technology in Society*, 64(October 2020), 101400. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101400>
- Lally, P., Jaarsveld, C. H. M. van, Potts, H. W. W., & Wardle, J. (2010). How are habits formed: Modelling habit formation in the real world. *European Journal of Social Psychology*, 40, 998–1009. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/ejsp.674>
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59(June), 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Onibala, A. A., Rindengan, Y., Lumenta, A. S., Elektro, T., Teknik, F., Sam, U., & Manado, R. (2021). *Analisis Penerapan Model UTAUT 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2) Terhadap E-Kinerja Pada Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara*. 2.
- Pasaribu, M. (2022). *UU HKPD: Re-Design Desentralisasi Fiskal*. <https://Djpb.Kemenkeu.Go.Id/>.
- Peraturan Daerah Kabupaten Sidoarjo. (2021). Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 tentang Sistem Pajak Daerah Secara Elektronik.
- Syamsudin, Meiyanti, R., Satria, D., Wahyuni, R., & Sensuse, D. I. (2018). Exploring Factors Influence Behavioral Intention to Use E-Government Services Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). *2018 International Seminar on Research of Information Technology and Intelligent Systems (ISRITI)*, 2, 237–242. <https://doi.org/10.1109/ISRITI.2018.8864474>
- Syarief, I. S. (2022). *Penerimaan Pajak 102, 17 Persen, Bupati Sidoarjo Tegaskan untuk Pembangunan Infrastruktur*.
- Szajna, B. (1996). Empirical Evaluation of the Revised Technology Acceptance Model. *Management Science*, 42(1), 85–92. <https://doi.org/10.1287/mnsc.42.1.85>

- United Nations. (2018). *E-Government Survey 2018 Gearing E-Government to Support Transformation Towards Sustainable and Resilient Societies*.
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, Thong, & Xu. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46, 186–204. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Widyanto, H. A., Kusumawardani, K. A., & Septyawanda, A. (2020). Encouraging Behavioral Intention to Use Mobile Payment: an Extension of UTAUT2. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 87. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7584>