

ABSTRAK

Rispia Putri : Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak pada Pemerintah Kota Bandung tahun 2013-2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemungutan pajak reklame terhadap penerimaan pajak pada Pemerintah kota bandung tahun anggaran 2013-2017, karena dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame terdapat beberapa hambatan yang berdampak pada penerimaan pajak sehingga realisasi pajak reklame mengalami fluktuasi setiap tahunnya.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori pemungutan pajak sebagai variabel X dari Erly Suandy (2014) dengan dimensi: 1) *Certainty* (Kepastian Hukum), 2) *Convenience of Payment* (Pemungutan Pajak Tepat Waktu), 3) *Economic of Collections* (Efisien) dan teori Penerimaan Pajak sebagai variabel Y dari Devano Sonny dan Siti Kurnia Rahayu (2006) dengan dimensi: 1) Kejelasan dan Kepastian Peraturan Perundang-undangan Perpajakan, 2) Tingkat Intelektual Masyarakat, dan 3) Sistem Administrasi Perpajakan yang Tepat.

Metode Penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Jumlah populasi berjumlah 35 pegawai dan menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik sampling jenuh. Pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari berbagai buku sebagai studi kepustakaan, kemudian observasi, kuesioner, dan wawancara sebagai studi lapangan. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana, uji t (parsial) dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 21.

Berdasarkan hasil dari uji t (parsial) bahwa Kepastian hukum (X1), Pemungutan pajak tepat waktu (X2), dan Efisien (X3) masing-masing mendapatkan hasil t hitung sebesar 3,940, 3,084 dan 2,871 > t tabel 2,034 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Serta memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, $0,004 < 0,05$, $0,007 < 0,05$, maka X1, X2, dan X3 berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan pajak pada Pemerintah Kota Bandung.

Kata Kunci: Pemungutan, Penerimaan, Pajak Reklame

ABSTRACT

Rispia Putri (1158010271): Effect of Advertising Tax Collection on Tax Revenues in the Bandung City Government in 2013-2017

This study aims to determine how much influence advertisement tax collection has on tax revenues in the Bandung City Government for the 2013-2017 fiscal year, because in the implementation of billboard tax collection there are several obstacles that have an impact on tax revenues so that the realization of advertisement tax experiences fluctuations every year.

The theory used in this study is the tax collection theory as a variable X from Erly Suandy (2014) with dimensions: 1) Certainty, 2) Convenience of Payment, 3) Economic of Collections and the Tax Revenue theory as Y variable from Devano Sonny and Siti Kurnia Rahayu (2006) with dimensions: 1) Clarity and Certainty of Taxation Laws, 2) Intellectual Levels of Society, and 3) Proper Tax Administration System.

The research method used is quantitative with an associative approach. The total population is 35 employees and uses nonprobability sampling with saturated sampling techniques. Data collection is done by studying various books as library studies, then observations, questionnaires, and interviews as field studies. The analysis technique used is the validity test, reliability test, simple linear regression test, t test (partial) and test the coefficient of determination using the SPSS 21 program.

Based on the results of the t test (partial) that certainty (X1), convenience of payment (X2), and economic of collections (X3) each get the results of t count of 3.940, 3.084 and 2.871 > t table 2.034 then H_0 is rejected and H_a be accepted. As well as having a significance value of $0.001 < 0.05$, $0.004 < 0.05$, $0.007 < 0.05$, then X1, X2, and X3 significantly influence tax revenue in the Bandung City Government.

Keywords: *Collection, Receipts, Advertisement Taxes*

NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG