

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS

4.1. Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah wajib pajak di Semarang yang belum pernah menggunakan sistem *e-billing*. Dari 140 kuesioner yang dikirim pada bulan September-Oktober 2020, 100 kuesioner kembali dan dapat diolah semua.

Tabel 4.1. Tabel Pengembalian Kuesioner

No	Universitas	Kuesioner Dikirim	Kuesioner Kembali	Kuesioner Diolah
1	KPP Semarang Barat	20	14	14
2	KPP Semarang Candisari	20	14	14
3	KPP Semarang Gayamsari	20	14	14
4	KPP Semarang Selatan	20	14	14
5	KPP Semarang Tengah Dua	20	15	15
6	KPP Semarang Tengah Satu	20	15	15
7	KPP Semarang Timur	20	14	14
Total		140	100	100

Sumber: Data primer diolah (2020)

4.2. Uji Alat Pengumpulan Data

4.2.1. Uji Validitas

Tabel 4.2. Ukuran Validitas

Validitas Konvergen		Validitas Diskriminan	
Ukuran	Nilai	Ukuran	Nilai
Loading factor	> 0,7	Akar AVE	$\sqrt{\text{AVE}} > \text{korelasi variabel laten}$
AVE	> 0,5	Cross Loading	> 0,7 dalam satu konstruk
Communality	> 0,5		

1. Validitas konvergen

Tabel 4.3. Validitas Konvergen

Variabel	AVE	Communality
ATU	0.790633	0.790633
BI	0.727105	0.727105
E	0.845780	0.845780
PEOU	0.890053	0.890053
PU	0.866280	0.866280

Sumber: Lampiran 2

Hasil dari AVE (*average variance extracted*) > 0,5; dan *communality* > 0,5 menunjukkan keseluruhan variabel telah memenuhi validitas konvergen.

2. Validitas diskriminan

Tabel 4.4. Validitas Diskriminan (*Cross Loading*)

	ATU	BI	E	PEOU	PU
ATU1	0.848865	0.361799	0.164759	0.371131	0.229040
ATU2	0.890427	0.414478	0.280908	0.299502	0.255952
ATU3	0.886265	0.388132	0.260654	0.460179	0.492346
ATU4	0.929320	0.487441	0.379699	0.417114	0.448697
BI1	0.380060	0.782177	0.198957	0.374158	0.188946
BI2	0.378849	0.889204	0.335384	0.380731	0.342273
BI3	0.473000	0.869616	0.372908	0.291049	0.347956
BI4	0.361438	0.865853	0.452315	0.439543	0.419792
E1	0.317767	0.412761	0.899207	0.441448	0.180579
E2	0.266501	0.354065	0.939674	0.429763	0.435148
PEOU1	0.403158	0.322088	0.410768	0.912585	0.397177
PEOU2	0.465747	0.379725	0.399520	0.959990	0.354897
PEOU3	0.381876	0.453414	0.487991	0.950469	0.420993
PEOU4	0.407720	0.483525	0.491418	0.949964	0.399286
PU1	0.292325	0.336562	0.185070	0.292914	0.893600
PU2	0.361516	0.328283	0.268717	0.313313	0.946865
PU3	0.399430	0.344815	0.332513	0.392124	0.956483
PU4	0.461481	0.428568	0.451569	0.491749	0.924762

Sumber: Lampiran 2

Hasil dari *cross loading* > 0,7 dalam satu konstruk menunjukkan keseluruhan indikator variabel telah memenuhi validitas konvergen. Hasil dari *cross loading* terangkum dalam gambar di bawah ini.

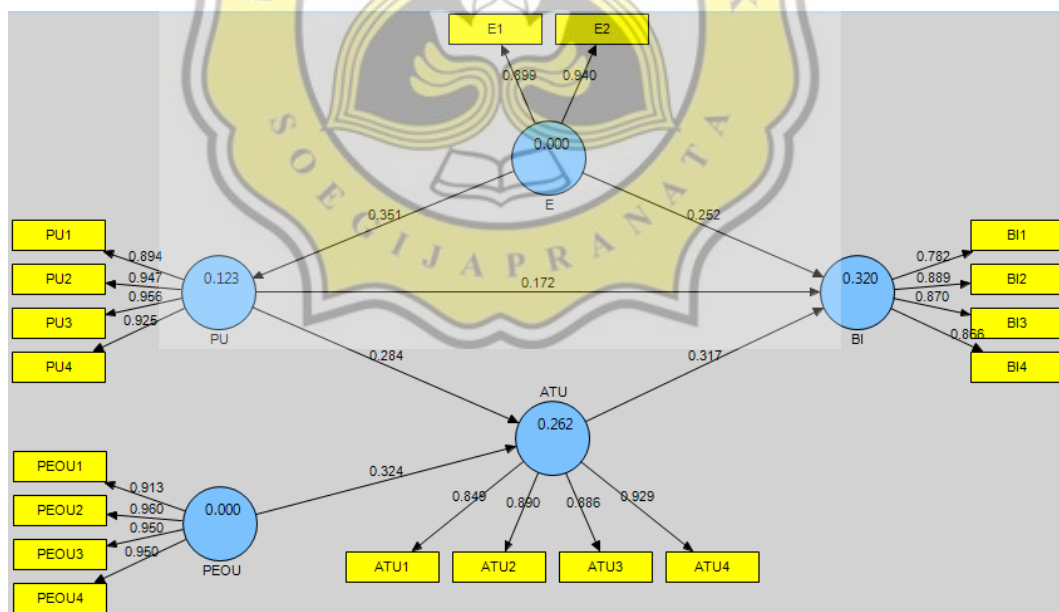
Tabel 4.5. Validitas Diskriminan (Akar AVE)

	ATU	BI	E	PEOU	PU
ATU	0.889175				
BI	0.467893	0.852705			
E	0.313472	0.411989	0.919663		
PEOU	0.441780	0.432502	0.471723	0.943426	
PU	0.418014	0.392833	0.350842	0.414603	0.930742

Sumber: Lampiran 3

Hasil dari akar AVE > korelasi variabel laten menunjukkan keseluruhan indikator variabel telah memenuhi validitas konvergen.

Gambar 4.1. Validitas Diskriminan (*Cross Loading*)



4.2.2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.6. Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
ATU	0.912388	0.937849
BI	0.875592	0.914037
E	0.820266	0.916410
PEOU	0.958764	0.970032
PU	0.949451	0.962819

Sumber: Lampiran 2

Hasil dari *cronbach's alpha* > 0,7; dan *composite reliability* > 0,7 menunjukkan keseluruhan variabel telah memenuhi reliabilitas.

4.3. Statistik Deskriptif

$$RS = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$RS = \frac{5 - 1}{3} = 1,33$$

Tabel 4.7. Kategori Rentang Skala

Rentang Skala	Kategori
1,00 – 2,33	Rendah
2,34 – 3,66	Sedang
3,67 – 5,00	Tinggi

Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Per Variabel

Variabel	Kisaran Teoritis	Kisaran Empiris	Rata-rata Empiris	Range Kategori			Ket
				Rendah	Sedang	Tinggi	
<i>Perceived Usefulness</i>	1-5	3-5	4.37	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
<i>Perceived Ease Of Use</i>	1-5	2-5	4.34	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
<i>Attitude Toward Using</i>	1-5	3-5	4.39	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
<i>Behavioral Intention</i>	1-5	3-5	4.40	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
<i>Experience</i>	1-5	3-5	4.43	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi

Sumber: Lampiran 3

Skor rata-rata jawaban responden dari semua variabel: *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease Of Use* (PEOU), *Attitude Toward Using* (ATU), *Behavioral Intention* (BI) dan *Experience* (E) semuanya termasuk kategori tinggi.

Tabel 4.9. Statistik Deskriptif *Perceived Usefulness*

Variabel	Kisaran Teoritis	Kisaran Empiris	Rata-rata Empiris	Range Kategori			Ket
				Rendah	Sedang	Tinggi	
PU1	1-5	3-5	4.30	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
PU2	1-5	3-5	4.36	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
PU3	1-5	3-5	4.38	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
PU4	1-5	3-5	4.42	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
Rata - rata			4.37				Tinggi

Sumber: Lampiran 3

Skor rata-rata jawaban responden dari *Perceived Usefulness* (PU) adalah sebesar 4,37 dan termasuk kategori tinggi. Artinya penggunaan *e-billing* dipercaya akan mendatangkan manfaat sangat banyak bagi responden yang menggunakan.

Tabel 4.10. Statistik Deskriptif *Perceived Ease Of Use*

Variabel	Kisaran Teoritis	Kisaran Empiris	Rata-rata Empiris	Range Kategori			Ket
				Rendah	Sedang	Tinggi	
PEOU1	1-5	2-5	4.25	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
PEOU2	1-5	2-5	4.32	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
PEOU3	1-5	2-5	4.38	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
PEOU4	1-5	2-5	4.41	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
Rata - rata			4.34				Tinggi

Sumber: Lampiran 3

Skor rata-rata jawaban responden dari *Perceived Ease Of Use* (PEOU) adalah sebesar 4,34 dan termasuk kategori tinggi. Artinya responden percaya bahwa *e-billing* dapat dengan sangat mudah dipahami dan digunakan.

Tabel 4.11. Statistik Deskriptif *Attitude Toward Using*

Variabel	Kisaran Teoritis	Kisaran Empiris	Rata-rata Empiris	Range Kategori			Ket
				Rendah	Sedang	Tinggi	
ATU1	1-5	3-5	4.24	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
ATU2	1-5	3-5	4.41	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
ATU3	1-5	3-5	4.43	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
ATU4	1-5	3-5	4.48	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
Rata - rata			4.39				Tinggi

Sumber: Lampiran 3

Skor rata-rata jawaban responden dari *Attitude Toward Using* (ATU) adalah sebesar 4,39 dan termasuk kategori tinggi. Artinya responden bersikap sangat menerima penggunaan *e-billing*.

Tabel 4.12. Statistik Deskriptif *Behavioral Intention*

Variabel	Kisaran Teoritis	Kisaran Empiris	Rata-rata Empiris	Range Kategori			Ket
				Rendah	Sedang	Tinggi	
BI1	1-5	3-5	4.25	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
BI2	1-5	3-5	4.42	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
BI3	1-5	3-5	4.46	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
BI4	1-5	3-5	4.47	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
Rata - rata			4.40				Tinggi

Sumber: Lampiran 3

Skor rata-rata jawaban responden dari *Behavioral Intention* (BI) adalah sebesar 4,40 dan termasuk kategori tinggi. Artinya responden sangat berminat untuk menggunakan *e-billing*.

Tabel 4.13. Statistik Deskriptif *Experience*

Variabel	Kisaran Teoritis	Kisaran Empiris	Rata-rata Empiris	Range Kategori			Ket
				Rendah	Sedang	Tinggi	
E1	1-5	3-5	4.37	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
E2	1-5	3-5	4.49	1 – 2,33	2,34 – 3,66	3,67 – 5	Tinggi
Rata - rata			4.43				Tinggi

Sumber: Lampiran 3

Skor rata-rata jawaban responden dari *Experience* (E) adalah sebesar 4,43 dan termasuk kategori tinggi. Artinya responden sering sebelumnya mengetahui atau mencari tahu informasi tentang *e-billing*.

4.4. Gambaran Umum Responden

Tabel 4.14. Gambaran Umum dan *Compare Mean* Responden

Keterangan		Frek	Mean				
			PU	PEOU	ATU	BI	E
Jenis Kelamin	Pria	51	4.2990	4.2598	4.3431	4.3529	4.4314
	Wanita	49	4.4337	4.4235	4.4388	4.4490	4.4286
	Sig.		0.183	0.160	0.354	0.315	0.978
Umur	≤30	35	4.4357	4.3857	4.4857	4.4071	4.4143
	31-50	23	4.3810	4.4167	4.3512	4.4345	4.4405
	≥51	42	4.2283	4.1304	4.3152	4.3261	4.4348
	Sig.		0.301	0.140	0.381	0.680	0.974
Pendidikan	D3	17	4.2794	4.1029	4.3088	4.5588	4.3824
	S1	51	4.3284	4.4265	4.4363	4.4020	4.3725
	S2	19	4.5132	4.3158	4.4079	4.2895	4.5000
	SMA	13	4.4038	4.3462	4.2885	4.3462	4.6154
	Sig.		0.486	0.265	0.718	0.382	0.413
Pekerjaan	Akuntan	7	4.3571	4.4286	4.4286	4.6071	4.7143
	Dokter	2	4.5000	3.5000	5.0000	4.2500	3.5000
	PNS	31	4.3306	4.3306	4.3548	4.3952	4.4516
	Polisi	3	4.0000	4.3333	4.1667	4.0833	4.0000
	Sales	8	4.5625	4.4375	4.4063	4.5000	4.4375
	Swasta	47	4.3883	4.3670	4.3883	4.3989	4.4468
	Tentara	2	4.0000	4.0000	4.5000	4.0000	4.2500
	Sig.		0.656	0.508	0.730	0.602	0.070

Sumber: Lampiran 4

Responden dari jenis kelamin pria ada 51 orang dan wanita ada 49 orang. Responden dari umur ≤30 tahun ada 35 orang, 31-50 tahun ada 23 orang dan ≥51 tahun ada 42 orang. Responden dari pendidikan D3 ada 17 orang, S1 ada 51 orang, S2 ada 19 orang dan SMA ada 13 orang. Responden dari pekerjaan akuntan ada 7 orang, dokter ada 2 orang, PNS ada 31 orang, polisi ada 3 orang, sales ada 8

orang, swasta ada 47 orang dan tentara ada 2 orang. Hal ini menunjukkan wajib pajak di Semarang yang belum pernah menggunakan sistem *e-billing* yang menjadi responden lebih banyak dari: jenis kelamin pria, umur ≥ 51 tahun, pendidikan S1 dan pekerjaan swasta.

Berdasarkan hasil *compare means*, responden dengan jenis kelamin wanita memiliki rata-rata lebih tinggi dari jenis kelamin pria. PU dan ATU responden dengan umur ≤ 30 tahun serta PEOU, BI dan E responden dengan umur 31-50 tahun memiliki rata-rata paling tinggi dibanding umur lain. BI responden dengan pendidikan D3; PEOU dan ATU responden dengan pendidikan S1; PU responden dengan pendidikan S2; serta E responden dengan pendidikan SMA memiliki rata-rata paling tinggi dibanding pendidikan lain. BI dan E responden dengan pekerjaan akuntan; ATU responden dengan pekerjaan dokter; serta PU dan PEOU responden dengan pekerjaan sales memiliki rata-rata paling tinggi dibanding pekerjaan lain.

4.5. Uji Hipotesis

Pengujian statistik penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS), merupakan pendekatan persamaan struktural (*Structural Equation Modelling* / SEM) berbasis varian. Pendekatan ini digunakan untuk melakukan analisis jalur yang banyak digunakan dalam studi keperilakuan sehingga PLS menjadi teknik statistik yang digunakan dalam model yang memiliki lebih dari satu variabel dependen dan variabel independen (Murniati dkk., 2013:166).

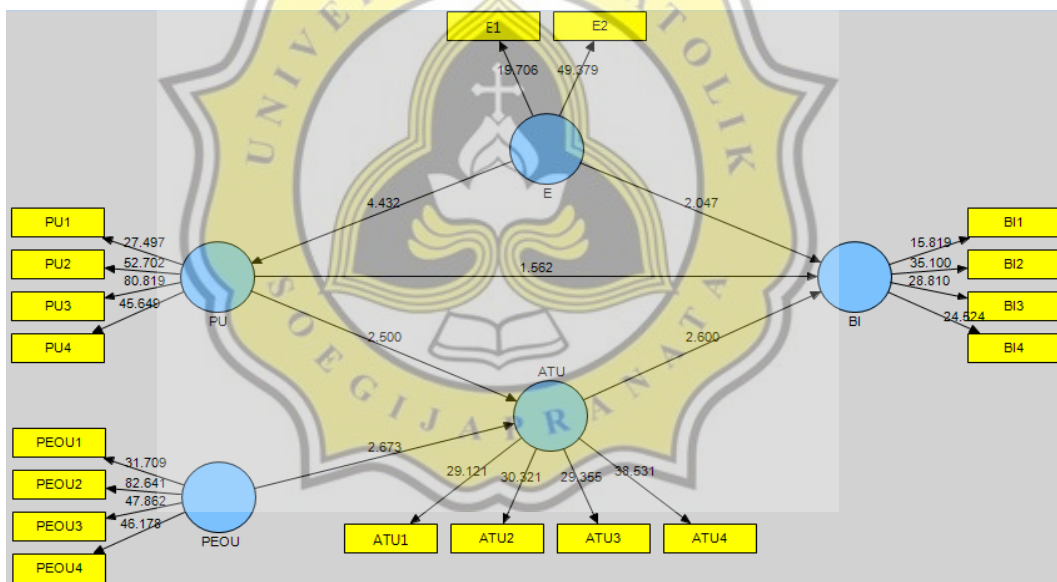
Hasil dari *path coefficient* yang menyajikan hasil pengujian per *path* seperti terlihat pada tabel dan gambar hasil pengujian di bawah.

Tabel 4.15. Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
H1: PU -> ATU	0.283600	0.294207	0.113425	0.113425	2.500329
H2: PEOU -> ATU	0.324199	0.330355	0.121299	0.121299	2.672721
H3: PU -> BI	0.171797	0.169734	0.109979	0.109979	1.562090
H4: ATU -> BI	0.316974	0.323843	0.121912	0.121912	2.600017
H5: E -> BI	0.252352	0.249213	0.123253	0.123253	2.047440
H6: E -> PU	0.350842	0.348174	0.079169	0.079169	4.431588

Sumber: Lampiran 5

Gambar 4.2. Path Coefficient



1. Hipotesis 1

Perceived Usefulness (PU) memiliki nilai t hitung $+2.500329 > t$ tabel $+1,28$. Berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using*. Dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* **diterima**.

2. Hipotesis 2

Perceived Ease Of Use (PEOU) memiliki nilai t hitung $+2.672721 > t$ tabel $+1,28$. Berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using*. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan H_2 yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* **diterima**.

3. Hipotesis 3

Perceived Usefulness (PU) memiliki nilai t hitung $+1.562090 > t$ tabel $+1,28$. Berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention*. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan H_3 yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* **diterima**.

4. Hipotesis 4

Attitude Toward Using (ATU) memiliki nilai t hitung $+2.600017 > t$ tabel $+1,28$. Berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan *attitude toward using* terhadap *behavioral intention*. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan H_4 yang menyatakan bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* **diterima**.

5. Hipotesis 5

Experience (E) memiliki nilai t hitung $+2.047440 > t$ tabel $+1,28$. Berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan *experience* terhadap *behavioral intention*. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan H_5 yang menyatakan

bahwa *experience* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* **diterima**.

6. Hipotesis 6

Experience (E) memiliki nilai t hitung $+4.431588 > t$ tabel $+1,28$. Berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan *experience* terhadap *perceived usefulness*. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan H_6 yang menyatakan bahwa *experience* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* **diterima**.

4.6. Pembahasan

4.6.1. Pembahasan H_1

H_1 yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* **diterima**. Artinya, semakin tinggi persepsi kemanfaatan wajib pajak untuk menggunakan *e-billing* maka semakin tinggi pula penerimaan berbentuk penggunaan wajib pajak untuk menggunakan *e-billing*. TAM menjelaskan bahwa *perceived usefulness* berasal dari kata *useful* yang artinya *capable of being used advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan (Davis, 1989). *Perceived usefulness* merupakan persepsi individu akan manfaat yang didapat saat memakai suatu teknologi informasi. Semakin tinggi *perceived usefulness* maka semakin tinggi pula *attitude toward using* (sikap terhadap pengguna). Seseorang yang merasa penggunaan sistem bermanfaat atau menguntungkan akan memiliki sikap atau perasaan positif terhadap penggunaan sistem tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil

penelitian terdahulu seperti Ilham (2017); Novindra dan Rasmini (2017); Widiyanesti dan Reynaldi (2016) yang membuktikan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*.

4.6.2. Pembahasan H₂

H₂ yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* **diterima**. Artinya, semakin tinggi persepsi kemudahan wajib pajak untuk menggunakan *e-billing* maka semakin tinggi pula penerimaan berbentuk penggunaan wajib pajak untuk menggunakan *e-billing*. TAM menjelaskan bahwa *perceived ease of use* merupakan persepsi individu akan kemudahan penggunaan saat memakai teknologi tidak memerlukan usaha apapun (*free of effort*) (Davis, 1989). Apabila individu merasa mudah saat mengoperasikan suatu teknologi, merasa bahwa teknologi itu praktis dan tidak rumit maka akan membuat sikap untuk terus menggunakan teknologi itu. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu seperti Ilham (2017); Novindra dan Rasmini (2017); Widiyanesti dan Reynaldi (2016) yang membuktikan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*.

4.6.3. Pembahasan H₃

H₃ yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* **diterima**. Artinya, semakin tinggi persepsi kemanfaatan wajib pajak untuk menggunakan *e-billing* maka semakin tinggi pula

minat wajib pajak untuk menggunakan *e-billing*. TAM menjelaskan bahwa *perceived usefulness* terkait dengan peningkatan kinerja individu dalam konteks organisasi dan berpengaruh pada kesempatan memperoleh laba karena apabila individu merasa bermanfaat saat memakai suatu teknologi informasi akan meningkatkan niat dalam memakai teknologi tersebut untuk menyelesaikan pekerjaan di masa depan (Davis, 1989). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu seperti Susanto dan Jimad (2019); Ilham (2017); Laihad (2013) yang membuktikan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

4.6.4. Pembahasan H₄

H₄ yang menyatakan bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* **diterima**. Artinya, semakin tinggi penerimaan berbentuk penggunaan wajib pajak untuk menggunakan *e-billing* maka semakin tinggi pula minat wajib pajak untuk menggunakan *e-billing*. TAM menjelaskan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap *attitude* yaitu suatu *belief* dari individu dalam menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Individu dengan *attitude* positif dalam menggunakan teknologi tentu juga mempunyai niat memakai teknologi tersebut di masa depan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu seperti Susanto dan Jimad (2019); Ilham (2017); Widiyanesti dan Reynaldi (2016); Laihad (2013) yang membuktikan bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

4.6.5. Pembahasan H₅

H₅ yang menyatakan bahwa *experience* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* **diterima**. Artinya, wajib pajak pernah sebelumnya mengetahui atau mencari tahu informasi tentang *e-billing* maka semakin tinggi pula minat wajib pajak untuk menggunakan *e-billing*. Pengalaman dalam menggunakan teknologi ditemukan sebagai variabel yang memengaruhi niat perilaku menggunakan teknologi. Individu yang telah memiliki pengalaman penggunaan akan suatu teknologi akan meningkatkan intensi penggunaan teknologi tersebut di periode mendatang. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu seperti Ilham (2017); Susanto (2011); Taylor dan Todd (1995); Igbaria et al. (1995) yang membuktikan bahwa *experience* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

4.6.6. Pembahasan H₆

H₆ yang menyatakan bahwa *experience* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* **diterima**. Artinya, wajib pajak pernah sebelumnya mengetahui atau mencari tahu informasi tentang *e-billing* maka semakin tinggi pula persepsi kemanfaatan wajib pajak untuk menggunakan *e-billing*. Pengalaman yang diperoleh dari perilaku masa lalu akan membantu untuk membentuk persepsi bahwa suatu teknologi berguna karena pengalaman membuat pengetahuan lebih mudah diakses dalam memori. Individu yang telah memiliki pengalaman penggunaan akan mengetahui bahwa teknologi tersebut memiliki manfaat baginya. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu seperti Ilham

(2017); Susanto (2011); Taylor dan Todd (1995); Igbaria et al. (1995) yang membuktikan bahwa *experience* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*.

