

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Menurut Sugiyono (2023:84), metode penelitian dapat di definisikan sebagai berikut:

“Proses sistematis dalam mengumpulkan dan menyajikan informasi, metode penelitian mencakup prosedur yang digunakan dalam pengumpulan data, analisis, serta interpretasi hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian”.

Oleh karena itu, metode penelitian memegang peranan yang sangat penting dalam proses pengumpulan data yang diperlukan serta dalam menganalisis masalah yang sedang diteliti. Pemilihan metode yang tepat sangat penting untuk mencapai tujuan penelitian dan memastikan keberhasilan dalam penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2023:16) metode pendekatan kuantitatif adalah:

“Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, sedangkan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya”.

Definisi analisis deskriptif menurut Sugiyono, (2023:64) adalah :

“analisis untuk memberikan gambaran atau penjelasan mengenai suatu variabel secara mandiri, baik itu satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Analisis ini hanya berfokus pada variabel tersebut tanpa

membandingkan dengan variabel lain atau sampel yang berbeda. Tujuannya untuk memahami karakteristik variabel secara jelas dan rinci”.

Pada penelitian ini, metode analisis deskriptif diterapkan untuk menggambarkan serta menjelaskan data yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, yaitu sosialisasi perpajakan, penerapan *e-filing*, dan kepatuhan material wajib pajak.

Menurut Sugiyono, (2023:65) analisis verifikatif merupakan :

“Analisis verifikatif merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak”.

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui dan membuktikan apakah terdapat pengaruh variabel independent, yaitu sosialisasi perpajakan dan penerapan *e-filing* terhadap variabel dependen, yaitu kepatuhan material wajib pajak.

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Sugiyono (2023:67), adalah:

“variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan pengertian diatas, pada penelitian ini yang akan menjadi objek penelitian yaitu Sosialisasi Perpajakan dan Penerapan *E-filing* terhadap Kepatuhan Material Wajib Pajak. Dalam penelitian ini unit observasinya adalah UMKM khusus nya Rumah Makan Khas Sunda di Kota Sukabumi

3.1.2 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2023:145), instrumen penelitian adalah:

“suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau fenomena sosial yang diamati, kemudian secara spesifik semua fenomena disebut variabel penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian meliputi daftar pertanyaan serta kuesioner yang disampaikan dan diberikan kepada setiap responden yang menjadi sampel dalam penelitian saat dilakukan observasi dan wawancara”.

Dalam penelitian ini, peneliti telah menetapkan fenomena sosial secara spesifik sebagai variabel penelitian, yang kemudian dioperasionisasikan menggunakan skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk memberikan informasi mengenai nilai pada jawaban. Setiap variabel penelitian diukur dengan instrumen berupa kuesioner berskala ordinal yang disusun berdasarkan pernyataan-pernyataan dalam Skala *Likert's*.

Menurut Sugiyono (2023:146), skala *likert* adalah sebagai berikut:

"Skala likert merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan".

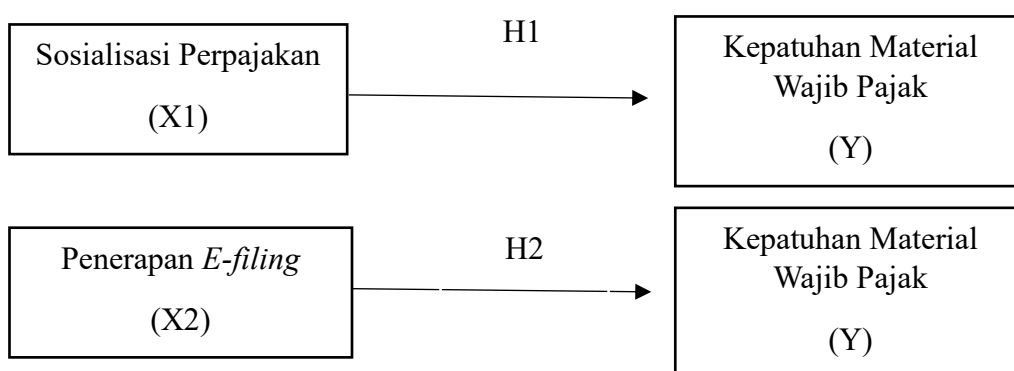
3.1.3 Model Penelitian

Menurut Sugiyono, (2023:72) model penelitian yaitu :

“Model penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian”.

Model penelitian ini merupakan abstraksi dari fenomena yang diteliti. Sesuai dengan judul penelitian yang diajukan, yaitu "Pengaruh Sosialisasi

Perpajakan dan Penerapan *E-filing* terhadap Kepatuhan Material Wajib Pajak (Studi pada WP UMKM berbentuk Rumah Makan Khas Sunda di Kota Sukabumi”, model penelitian ini dirancang untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen. Adapun model penelitian tersebut dinyatakan sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Model Penelitian

3.2 Definisi Variabel dan Pengukurannya

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2023:68), menjelaskan variabel penelitian sebagai berikut:

“Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari dua macam variabel, yaitu independent dan variabel dependen. Sesuai dengan judul penelitian yaitu sosialisasi perpajakan dan penerapan *e-filing* terhadap kepatuhan material wajib pajak. Berikut definisi dari masing-masing variabel.

3.2.1.1 Variabel Bebas (independent variabel)

Menurut Sugiyono (2023:69) variabel independen adalah:

“... sering disebut variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independent yaitu Sosialisasi Perpajakan dan Penerapan *E-filling* berikut definisi dari masing - masing variabel independen:

1. Definisi Sosialisasi Perpajakan

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:197), pengertian sosialisasi perpajakan sebagai berikut:

“Sosialisasi Perpajakan yaitu wajib pajak memperoleh pengetahuan peraturan perpajakan dimulai dari informasi yang disampaikan terbuka oleh DJP. Dengan pengetahuan yang disosialisasikan baik dalam bentuk *online* maupun *offline* (melalui pertemuan-pertemuan) akan memberikan dasar pemahaman Wajib Pajak sebagai landasan kesadaran membayar pajak”.

Dimensi yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur Sosialisasi Perpajakan yaitu melalui strategi sosialisasi. Strategi Sosialisasi Perpajakan menurut Dewi & Irawan (2023:316). terdapat beberapa strategi sosialisasi perpajakan diantaranya:

- a. Publikasi (*publication*)
 3. Menggunakan berbagai media seperti brosur, media sosial, dan iklan untuk menyebarkan informasi perpajakan kepada masyarakat.
 4. Frekuensi publikasi perpajakan di media sosial dan cetak.
- b. Kegiatan (*event*)
 3. Seminar dan workshop sebagai sarana edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kewajiban perpajakan.

4. Diskusi atau forum interaktif guna mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam memahami peraturan dan manfaat pajak.
- c. Pemberitaan (*news*)
 3. Berita resmi terkait informasi perpajakan melalui media masa dan media sosial.
 4. Kegiatan atau kebijakan perpajakan kepada masyarakat melalui pemberitaan.
- d. Keterlibatan komunitas (*community involment*)
 3. Peran komunitas sebagai perantara antara instansi pajak dan masyarakat dalam kegiatan sosialisasi perpajakan.
 4. Melibatkan komunitas untuk menyebarkan informasi perpajakan kepada anggotanya.
- e. Pencantuman identitas (*identity*)
 3. Menggunakan logo instansi perpajakan secara konsisten dalam setiap media sosialisasi untuk membangun identitas visual yang kuat
 4. Menyisipkan tagline atau pesan singkat yang mudah diingat guna meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap kewajiban pajak.
- f. Pendekatan pribadi (*lobbying*)
 3. Kunjungan langsung kepada wajib pajak untuk menyampaikan informasi dan edukasi perpajakan secara personal.
 4. layanan konsultasi tatap muka guna membantu wajib pajak memahami dan menjalankan kewajiban perpajakannya dengan benar.

2. Definisi *E-filling*

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:156), pengertian *e-filing* sebagai berikut:

“*E-filing* merupakan merupakan salah satu aplikasi yang dikembangkan DJP dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada Wajib Pajak dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Aplikasi *e-Filing* adalah aplikasi *online* yang digunakan Wajib Pajak dalam menyampaikan elektronik SPT (*e-SPT*) ke DJP melalui web site resmi DJP, dengan registrasi terlebih dahulu untuk mendapatkan *eFIN*. Karena melalui sistem *online* sehingga bersifat *real time* bagi DJP sebagai destinasi informasi”.

Dimensi yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur *E-filing* menggunakan Efektivitas dan Efisiensi Penggunaan *E-Filing* menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:157), sebagai berikut:

1. Kemudahan menyampaikan eSPT.
 - a. Pengguna merasa proses pelaporan eSPT melalui *e-filing* wajib pajak tidak perlu ke kantor KPP
 - b. Setiap wajib pajak diberikan keleluasaan untuk mengakses serta mengirimkan SPT melalui jaringan internet mengurangi pengeluaran dan waktu yang diperlukan dalam perhitungan, pengisian
2. Dapat diakses kapan pun.
 - a. Sistem e-Filing dapat diakses 24/7 tanpa batasan hari kerja atau jam operasional kantor pajak.
 - b. Pengguna dapat menyelesaikan proses tanpa harus berinteraksi langsung dengan petugas selama jam kerja saja.
3. Apabila disampaikan pada saat jatuh tempo adalah saat hari libur dianggap disampaikan tepat waktu.
 - a. Fasilitas pengajuan e-SPT pada hari libur memastikan wajib pajak tetap melapor meskipun di luar jam kerja.
 - b. Menjamin pengakuan pengiriman e-SPT tepat waktu meskipun disampaikan pada hari libur.
4. Dapat diakses dimanapun oleh Wajib Pajak.
 - a. *E-Filing* bisa digunakan dari berbagai lokasi tanpa perlu datang ke kantor pajak.
 - b. Wajib Pajak tidak perlu mengantri di Kantor Pelayanan Pajak karena bisa melaporkan dari mana saja dan kapan saja
5. Adanya verifikasi penerimaan e-SPT dari DJP yang bersifat personal dan rahasia.
 - a. DJP memberikan verifikasi penerimaan e-SPT secara aman.
 - b. Hanya dapat diakses oleh Wajib Pajak.
6. Paperless (tidak menggunakan print out).
 - a. Seluruh proses pelaporan dilakukan secara digital, tanpa perlu mencetak dokumen fisik.
 - b. Bukti pelaporan disimpan lebih aman dan mudah dilacak, tanpa khawatir hilang atau terselip

3.2.1.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Menurut Sugiyono (2023:69), variabel dependen adalah:

”... sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuensi. dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Maka dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu Kepatuhan Material Wajib Pajak (Y).

Menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:189), kepatuhan material wajib pajak dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kepatuhan Perpajakan Material merupakan ketaatan Wajib Pajak dalam memenuhi ketentuan material perpajakan.

Penulis menggunakan dimensi tertentu untuk menilai tingkat kepatuhan material Wajib Pajak, yang diukur berdasarkan indikator kepatuhan perpajakan material menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:189), sebagai berikut:

- a. Tepat dalam menghitung pajak terutang sesuai dengan peraturan perpajakan.
 - a. Wajib Pajak menerapkan tarif
 - b. Wajib pajak menentukan omzet
 - c. Wajib pajak dapat menghitung pajak dengan tarif x omzet
- b. Tepat dalam memperhitungkan pajak terutang sesuai dengan peraturan perpajakan.
 - a. Wajib pajak dapat menentukan ada tidak nya kelebihan pajak
 - b. Wajib pajak dapat menentukan ada tidak nya kekurangan pajak
- c. Tepat dalam memotong maupun memungut pajak (Wajib Pajak sebagai pihak ketiga).
 - a. Tepat dalam memotong/memungut dari konsumen dan pegawai
 - b. Tepat dalam menyetorkan

Dalam menerapkan tarif sesuai Peraturan UMKM dengan penghasilan bruto lebih dari Rp500 juta hingga Rp4,8 miliar selama 1 tahun pajak, dikenakan tarif PPh Final 0,5%, selama tidak dikenai PPh berdasarkan tarif Pasal 17 ayat 1 (huruf a UU PPh untuk WP Orang Pribadi, atau tarif Pasal 17 ayat (1) huruf b UU

PPh dengan Pasal 31E untuk WP Badan. Untuk menghitung PPh Final 0,5% atas usaha adalah: $\text{PPh Final} = \text{Tarif PPh Final} \times \text{Peredaran Bruto}$

3.2.2 Operasionalisasi Variabel dan Pengukuran Variabel

Untuk mengetahui jenis variabel dan indikator yang relevan dengan penelitian ini, diperlukan operasionalisasi variabel. Selain itu, tujuan mengoperasionalkan variabel adalah untuk menetapkan skala pengukuran untuk setiap variabel. Operasionalisasi variabelnya ditunjukkan pada tabel berikut 3.1.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel
Variabel Independen X1: Sosialisasi Perpajakan

Konsep Variabel	Dimensi	indikator	Skala	No Kuisisioner
Sosialisasi Perpajakan yaitu wajib pajak memperoleh pengetahuan peraturan perpajakan dimulai dari informasi yang disampaikan terbuka oleh DJP. Dengan pengetahuan yang disosialisasikan baik dalam bentuk <i>online</i> maupun <i>offline</i> (melalui pertemuan-pertemuan) akan memberikan dasar pemahaman Wajib Pajak sebagai landasan kesadaran membayar pajak.	Strategi Sosialisasi Perpajakan: a. Publikasi (<i>publication</i>)	1. Menggunakan berbagai media seperti brosur, media sosial, dan iklan untuk menyebarkan informasi perpajakan kepada masyarakat. 2. Frekuensi publikasi perpajakan di media sosial dan cetak	Ordinal	1-12
	b. Kegiatan (<i>event</i>)	1. Seminar dan workshop sebagai sarana edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kewajiban perpajakan. 2. Diskusi atau forum interaktif guna mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam memahami peraturan dan manfaat pajak.		

Menurut: Siti Kurnia Rahayu (2020:197),				
	c. Pemberitaan (<i>news</i>)	1. Berita resmi terkait informasi perpajakan melalui media massa dan media sosial. 2. Kegiatan atau kebijakan perpajakan kepada masyarakat melalui pemberitaan yang mudah dipahami.		
	d. Keterlibatan komunitas (<i>community involment</i>)	1. Peran komunitas sebagai perantara antara instansi pajak dan masyarakat dalam kegiatan sosialisasi perpajakan. 2. Melibatkan komunitas untuk menyebarkan informasi perpajakan kepada anggotanya.		
	e. Pencantuman identitas (<i>identity</i>)	1. Menggunakan logo instansi perpajakan secara konsisten dalam setiap media sosialisasi untuk membangun identitas visual yang kuat 2. Menyisipkan tagline atau pesan singkat yang mudah diingat guna meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap kewajiban pajak.		

	f. Pendekatan pribadi (<i>lobbying</i>) Menurut: (Dewi & Irawan, 2023)	1. Kunjungan langsung kepada wajib pajak untuk menyampaikan informasi dan edukasi perpajakan secara personal. 2. Layanan konsultasi tatap muka guna membantu wajib pajak memahami dan menjalankan kewajiban perpajakannya dengan benar.		
	Menurut: (Dewi & Irawan, 2023)			

Tabel 3. 2

Operasional Variabel
Variabel Independen X2: Penerapan *E-filing*

Konsep Variabel	Dimensi	indikator	Skala	No Kuisisioner
<i>E-filing</i> merupakan merupakan salah satu aplikasi yang dikembangkan DJP dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada Wajib Pajak dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Aplikasi <i>e-Filing</i> adalah aplikasi <i>online</i> yang digunakan Wajib Pajak dalam	Efektivitas dan Efesiensi penggunaan <i>e-filing</i> dapat ditentukan dengan: a. Kemudahan menyampaikan eSPT	1. Pengguna merasa proses pelaporan eSPT melalui <i>e-filing</i> wajib pajak tidak perlu ke kantor KPP 2. Setiap wajib pajak diberikan keleluasaan untuk mengakses serta mengirimkan SPT melalui jaringan internet mengurangi pengeluaran dan waktu yang diperlukan dalam perhitungan, pengisian	Ordinal	13-26

menyampaikan elektronik SPT (<i>e-SPT</i>) ke DJP melalui web site resmi DJP, dengan registrasi terlebih dahulu untuk mendapatkan <i>eFIN</i>. Karena melalui sistem <i>online</i> sehingga bersifat <i>real time</i> bagi DJP sebagai destinasi informasi. Menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:156)	b. Dapat diakses kapanpun	1. Sistem e-Filing dapat diakses 24 jam sehari tanpa batasan hari kerja atau jam operasional kantor pajak. 2. Pengguna dapat menyelesaikan proses tanpa harus berinteraksi langsung dengan petugas selama jam kerja saja. 3. Wajib Pajak dapat mengakses dan mengirim e-SPT kapan saja, termasuk di luar jam kerja dan akhir pekan.		
	c. Apabila disampaikan pada saat jatuh tempo adalah saat hari libur dianggap disampaikan tepat waktu	1. Fasilitas pengajuan e-SPT pada hari libur untuk memastikan wajib pajak tetap melapor meskipun di luar jam kerja. 2. Menjamin pengakuan pengiriman e-SPT tepat waktu meskipun disampaikan pada hari libur.		
	d. Dapat diakses dimanapun oleh wajib pajak	1. <i>E-Filing</i> bisa digunakan dari berbagai lokasi tanpa perlu datang ke kantor pajak. 2. Wajib Pajak tidak perlu mengantri di Kantor Pelayanan Pajak karena bisa melaporkan dari mana saja dan kapan saja		
	e. Adanya verifikasi penerimaan e-SPT dari DJP yang	1. DJP memberikan verifikasi penerimaan e-SPT secara aman.		

	bersifat personal dan rahasia	2. Hanya dapat diakses oleh Wajib Pajak.		
	f. Paperless (tidak menggunakan print out)	1. Seluruh proses pelaporan dilakukan secara digital, tanpa perlu mencetak dokumen fisik. 2. Bukti pelaporan disimpan lebih aman dan mudah dilacak, tanpa khawatir hilang atau terselip		
	Menurut Siti Kurnia Rahayu (2020:157)			

Tabel 3. 3

Operasional Variabel
Variabel Independen Y: Kepatuhan Material Wajib Pajak

Konsep Variabel	Dimensi	indikator	Skala	No Kuisioner
Kepatuhan Perpajakan Material merupakan ketaatan Wajib Pajak dalam memenuhi ketentuan material perpajakan. Ketentuan material terdiri dari: Menurut: Siti Kurnia Rahayu (2020:189)	Indikator kepatuhan material wajib pajak: a. Tepat dalam menghitung pajak terutang sesuai dengan peraturan perpajakan.	a. Wajib Pajak menerapkan tarif b. Wajib pajak menentukan omzet c. Wajib pajak dapat menghitung pajak dengan tarif x omzet	Ordinal	27-34
	b. Tepat dalam memperhitungkan pajak terutang sesuai dengan peraturan perpajakan.	a. Wajib pajak dapat menentukan ada tidak nya kelebihan pajak b. Wajib pajak dapat menentukan ada tidak nya kekurangan pajak		
	c. Tepat dalam memotong maupun memungut pajak (Wajib Pajak sebagai pihak ketiga).	a. Tepat dalam memotong/memungut dari konsumen b. Tepat dalam menyetorkan		
	Menurut: Siti Kurnia Rahayu (2020:189)			

3.3 Populasi, Teknik Sampling dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2023:126), pengertian populasi adalah:

“Populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti”.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa populasi tidak hanya merujuk pada jumlah objek atau subjek yang diteliti, tetapi juga mencakup seluruh karakteristik atau sifat yang melekat pada objek atau subjek tersebut.

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak UMKM Rumah Makan dengan jumlah keseluruhan rumah makan sebanyak 108. Yang menjadi populasi utama dalam penelitian ini khususnya Rumah Makan Khas Sunda di Kota Sukabumi yang terdaftar di KPP Pratama Kota Sukabumi.

3.3.2 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2023:128) Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu Probability Sampling dan Nonprobability Sampling

1. Probability Sampling

Probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi:

- a. *Simple Random Sampling* dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.
 - b. *Proportionate Stratified Random Sampling* digunakan bila populasi mempunyai anggota unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. *Disproportionate Stratified Random Sampling*, digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional.
 - c. *Disproportionate Stratified Random Sampling* teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional.
 - d. *Cluster Sampling (Area Sampling)* Teknik *sampling* daerah digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misal penduduk dari suatu negara, propinsi atau kabupaten. Untuk menentukan penduduk mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan.
2. *Nonprobability Sampling*

Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi;

- a. *Sampling Sistematis* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dan anggota populasi yang telah diberi nomor urut.
- b. *Sampling kuota*, merupakan teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri sampai jumlah yang diinginkan.
- c. *Sampling Insidental*, merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data
- d. *Sampling purposive*, merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.
- e. *Sampling jenuh*, merupakan teknik penemuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.
- f. *Snowball Sampling*, merupakan penentuan sampel yang mula mula jumlahnya kecil, kemudian membesar

Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan yaitu adalah *Non-probability Sampling* dengan pendekatan *Sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2023:128), metode *Sampling purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Alasan penulis Penulis memilih teknik sampling dengan metode purposive sampling karena tidak semua sampel yang tersedia memenuhi kriteria yang telah

ditetapkan. Oleh karena itu, sampel dipilih secara selektif berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. Metode ini digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang diperoleh bersifat representatif, sehingga dapat mencerminkan karakteristik populasi secara keseluruhan.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Wajib Pajak Orang Pribadi yang memiliki rumah makan khas sunda aktif di Sukabumi.
2. Rumah makan yang telah beroperasi minimal 5 tahun untuk memastikan memiliki pengalaman kepatuhan perpajakan.
3. Wajib Pajak yang belum bisa memperhitungkan/memotong di tahun sebelumnya ikut serta sosialisasi perpajakan dari Kantor Pelayanan Pajak (KPP).
4. Wajib Pajak yang pernah menggunakan sistem pelaporan pajak melalui *e-filing*.

3.3.3 Sampel

Menurut Sugiyono (2023:127), pengertian sampel adalah:

“Penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi”.

Menurut Sugiyono (2023:137) untuk menentukan sampel dapat menggunakan rumus Slovin yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan Sampel (sampling error)

Dalam penelitian ini, perhitungan sampel nya menggunakan sampling error 10% sebagai berikut:

$$n = \frac{108}{1 + 108(0,1)^2}$$

$$n = 51,923$$

Maka jumlah sampel yang akan penulis ambil akan dibulatkan menjadi 52 sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2023:296), data primer adalah:

“Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu suatu teknik untuk memperoleh data primer secara langsung dengan melibatkan responden yang menjadi objek penelitian. Adapun Metode pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Interview* (Wawancara)

Menurut Sugiyono (2023:195) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. *Kuesioner* (Angket)

Menurut Sugiyono (2023:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3.5 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2023:318), menjelaskan analisis data sebagai berikut:

“Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab

rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan”.

Dalam penelitian ini, analisis data merupakan tahapan penting dalam mengolah dan menguji data guna memperoleh temuan yang valid serta menghasilkan kesimpulan yang akurat. proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS, yang digunakan sebagai alat untuk meregresikan model yang telah dirumuskan.

Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Peneliti mengumpulkan data menggunakan teknik sampling, di mana sampel yang dipilih merupakan bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian.
2. Setelah menentukan metode pengumpulan data, tahap berikutnya adalah memilih instrumen yang digunakan untuk memperoleh data dari elemen-elemen yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner, dengan pengukuran data menggunakan skala Likert.
3. Kuesioner kemudian didistribusikan ke bagian-bagian yang telah ditentukan. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan nilai yang berbeda. Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Selalu	5
2	Sering	4
3	Kadang - Kadang	3
4	Hampir Tidak Pernah	2
5	Tidak Pernah	1

Sumber: Sugiyono (2023:147)

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert.

4. Setelah data terkumpul, tahap berikutnya adalah pengolahan, penyajian, dan analisis data. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan uji statistik. Evaluasi terhadap variabel X dan Y dilakukan melalui analisis berdasarkan nilai rata-rata (mean) dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata tersebut diperoleh dengan menjumlahkan seluruh data pada variabel yang diteliti, kemudian membaginya dengan jumlah responden.

Analisis deskriptif dan verifikatif dalam penelitian digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel yang akan diteliti yaitu variabel:

a. Analisis Deskriptif

1. Menganalisis Sosialisasi Perpajakan
2. Menganalisis Penerapan *E-filing*
3. Menganalisis Kepatuhan Material Wajib Pajak

b. Analisis Verifikatif

1. Menganalisis seberapa besar pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan material wajib pajak
2. Menganalisis seberapa besar pengaruh penerapan *e-filing* terhadap kepatuhan material wajib pajak

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan uji statistik. Evaluasi terhadap variabel X dan Y dilakukan melalui analisis dengan menggunakan Rata-rata (*mean*) menurut Budi Susetyo (2010:34), dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \qquad Y = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan:

$X = \text{Mean}$ (Rata-rata)

Xi = Nilai X ke- i sampai ke- n

N = Jumlah Responden

Setelah memperoleh nilai rata-rata dari setiap variabel, tahap berikutnya adalah membandingkannya dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria ini ditentukan berdasarkan rentang nilai terendah dan tertinggi dari hasil kuesioner. Rentang tersebut diperoleh dengan mengalikan jumlah pernyataan dalam kuesioner dengan skor terendah (1) dan skor tertinggi (5), sesuai dengan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini. Skala Likert diterapkan sebagai teknik untuk mengukur jawaban responden. Untuk menentukan kelas interval, peneliti

menggunakan rumus $K = 1 + 3,3 \log n$. Selanjutnya, rentang data dihitung dengan mengurangi nilai tertinggi dengan nilai terendah.

a. Sosialisasi Perpajakan

Setelah mendapat rata – rata, kemudian dibandingkan dengan kriteria yang penulis tentukan berdasarkan nilai tertinggi dan nilai terendah dari hasil kuesioner. Dengan 12 pertanyaan, penulis mengambil skor tertinggi 60 (12×5) dan skor terendah 12 (12×1) dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $9,6 \{(60 - 12) : 5\}$

Tabel 3. 5

Kriteria Penilaian Sosialisasi Perpajakan

Rentang Nilai	Kategori
12 – 21,6	Tidak Baik
21,7 – 31,3	Kurang Baik
31,4 – 41,0	Cukup Baik
41,1 – 50,7	Baik
50,8 – 60,4	Sangat Baik

- Untuk dimensi Publikasi pada variabel X1 Sosialisasi Perpajakakn terdiri dari (2) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu 10 (5×2) dan skor terendah yaitu 2 (1×2) , lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $1,6 \{(10 - 2) : 5\}$

Tabel 3. 6

Kriteria Variabel Sosialisasi Perpajakan dalam dimensi Publikasi

Rentang Nilai	Kategori
2 – 3,6	Tidak Baik
3,7 – 5,3	Kurang Baik
5,4 – 7,0	Cukup Baik
7,1 – 8,7	Baik
8,8 – 10,4	Sangat Baik

- Untuk dimensi kegiatan sosialisasi pada variabel X1 Sosialisasi Perpajakakn terdiri dari (2) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu 10 (5×2) dan skor terendah yaitu 2 (1×2) , lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $1,6 \{(10 - 2) : 5\}$

Tabel 3. 7

Kriteria Variabel Sosialisasi Perpajakan dalam dimensi Kegiatan Sosialisasi

Rentang Nilai	Kategori
2 – 3,6	Tidak Baik
3,7 – 5,3	Kurang Baik
5,4 – 7,0	Cukup Baik
7,1 – 8,7	Baik
8,8 – 10,4	Sangat Baik

- Untuk dimensi pemberitaan pada variabel X1 Sosialisasi Perpajakakan terdiri dari (2) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu 10 (5×2) dan skor terendah yaitu 2 (1×2), lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $1,6 \{(10 - 2) : 5\}$

Tabel 3. 8

Kriteria Variabel Sosialisasi Perpajakan dalam dimensi Pemberitaan

Rentang Nilai	Kategori
2 – 3,6	Tidak Baik
3,7 – 5,3	Kurang Baik
5,4 – 7,0	Cukup Baik
7,1 – 8,7	Baik
8,8 – 10,4	Sangat Baik

- Untuk dimensi keterlibatan komunitas pada variabel X1 Sosialisasi Perpajakakn terdiri dari (2) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu 10 (5×2) dan skor terendah yaitu 2 (1×2), lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $1,6 \{(10 - 2) : 5\}$

Tabel 3. 9**Kriteria Variabel Sosialisasi Perpajakan dalam dimensi Keterlibatan Komunitas**

Rentang Nilai	Kategori
2 – 3,6	Tidak Baik
3,7 – 5,3	Kurang Baik
5,4 – 7,0	Cukup Baik
7,1 – 8,7	Baik
8,8 – 10,4	Sangat Baik

- Untuk dimensi Pencantuman Identitas pada variabel X1 Sosialisasi Perpajakakn terdiri dari (2) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu 10 (5×2) dan skor terendah yaitu 2 (1×2), lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $1,6 \{(10 - 2) : 5\}$

Tabel 3. 10**Kriteria Variabel Sosialisasi Perpajakan dalam dimensi Pencantuman Identitas**

Rentang Nilai	Kategori
2 – 3,6	Tidak Baik
3,7 – 5,3	Kurang Baik
5,4 – 7,0	Cukup Baik
7,1 – 8,7	Baik
8,8 – 10,4	Sangat Baik

- Untuk dimensi pendekatan Pribadi pada variabel X1 Sosialisasi Perpajakakn terdiri dari (2) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu 10 (5×2) dan skor terendah yaitu 2 (1×2), lalu kelas intervalnya

sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $1,6 \{(10 - 2) : 5\}$

Tabel 3. 11

Kriteria Variabel Sosialisasi Perpajakan dalam dimensi Pendektan Pribadi

Rentang Nilai	Kategori
2 – 3,6	Tidak Baik
3,7 – 5,3	Kurang Baik
5,4 – 7,0	Cukup Baik
7,1 – 8,7	Baik
8,8 – 10,4	Sangat Baik

b. Penerapan *E-filing*

Setelah mendapat rata – rata, kemudian dibandingkan dengan kriteria yang penulis tentukan berdasarkan nilai tertinggi dan nilai terendah dari hasil kuesioner. Dengan 14 pertanyaan, penulis mengambil skor tertinggi 70 (14×5) dan skor terendah 14 (14×1) dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $11,2 \{(70 - 14) : 5\}$

Tabel 3. 12

Kriteria Penilaian Penerapan *E-filing*

Rentang Nilai	Kategori
14 – 25,2	Tidak Baik
25,3 – 36,5	Kurang Baik
36,6 – 47,8	Cukup Baik
47,9 – 59,1	Baik
59,2 – 70,4	Sangat Baik

- Untuk dimensi kemudahan menyampaikan eSPT pada variabel X2 Penerapan E-filling terdiri dari (3) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor

tertinggi yaitu 15 (5×3) dan skor terendah yaitu 3 (1×3), lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $2,4 \{(15 - 3) : 5\}$

Tabel 3. 13

Kriteria Variabel Penerapan E=filling dalam dimensi Kemudahan Menyampaian eSPT

Rentang Nilai	Kategori
3 – 5,4	Tidak Baik
5,5 – 7,9	Kurang Baik
7,10 – 9,5	Cukup Baik
9,6 – 12,0	Baik
12,1 – 14,5	Sangat Baik

- Untuk dimensi Dapat diakses kapanpun pada variabel X2 Penerapan E=filling terdiri dari (3) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu 15 (5×3) dan skor terendah yaitu 3 (1×3), lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $2,4 \{(15 - 3) : 5\}$

Tabel 3. 14

Kriteria Variabel Penerapan E=filling dalam Dapat Diakses Kapanpun

Rentang Nilai	Kategori
3 – 5,4	Tidak Baik
5,5 – 7,9	Kurang Baik
7,10 – 9,5	Cukup Baik
9,6 – 12,0	Baik
12,1 – 14,5	Sangat Baik

- Untuk dimensi apabila disampaikan pada saat jatuh tempo adalah saat hari libur dianggap disampaikan tepat waktu pada variabel X2 penerapan e-

filling terdiri dari (2) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu $10 (5 \times 2)$ dan skor terendah yaitu $2 (1 \times 2)$, lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $1,6 \{(10 - 2) : 5\}$

Tabel 3. 15

Kriteria Variabel Penerapan E=filling dalam dimensi apabila disampaikan pada saat jatuh tempo adalah saat hari libur dianggap disampaikan tepat waktu

Rentang Nilai	Kategori
2 – 3,6	Tidak Baik
3,7 – 5,3	Kurang Baik
5,4 – 7,0	Cukup Baik
7,1 – 8,7	Baik
8,8 – 10,4	Sangat Baik

- Untuk dimensi dapat diakses dimanapun oleh wajib pajak pada variabel X2 penerapan e=filing terdiri dari (2) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu $10 (5 \times 2)$ dan skor terendah yaitu $2 (1 \times 2)$, lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $1,6 \{(10 - 2) : 5\}$

Tabel 3. 16

Kriteria Variabel Penerapan E=filing dalam dimensi dapat diakses dimanapun oleh wajib pajak

Rentang Nilai	Kategori
2 – 3,6	Tidak Baik
3,7 – 5,3	Kurang Baik
5,4 – 7,0	Cukup Baik
7,1 – 8,7	Baik
8,8 – 10,4	Sangat Baik

- Untuk dimensi Adanya verifikasi penerimaan Espt dari DJP yang bersifat personal dan rahasia pada variabel X2 penerapan e-filing terdiri dari (2) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu 10 (5×2) dan skor terendah yaitu 2 (1×2), lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $1,6 \{(10 - 2) : 5\}$

Tabel 3. 17

Kriteria Variabel Penerapan E=filing dalam dimensi Adanya verifikasi penerimaan Espt dari DJP yang bersifat personal dan rahasia

Rentang Nilai	Kategori
2 – 3,6	Tidak Baik
3,7 – 5,3	Kurang Baik
5,4 – 7,0	Cukup Baik
7,1 – 8,7	Baik
8,8 – 10,4	Sangat Baik

- Untuk dimensi paperless (tidak menggunakan print out) pada variabel X2 penerapan e-filing terdiri dari (2) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor

tertinggi yaitu 10 (5×2) dan skor terendah yaitu 2 (1×2), lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $1,6 \{(10 - 2) : 5\}$

Tabel 3. 18

Kriteria Variabel Penerapan E=filling dalam dimensi paperless (tidak menggunakan print out)

Rentang Nilai	Kategori
2 – 3,6	Tidak Baik
3,7 – 5,3	Kurang Baik
5,4 – 7,0	Cukup Baik
7,1 – 8,7	Baik
8,8 – 10,4	Sangat Baik

c. Kepatuhan Material Wajib Pajak

Setelah mendapat rata – rata, kemudian dibandingkan dengan kriteria yang penulis tentukan berdasarkan nilai tertinggi dan nilai terendah dari hasil kuesioner. Dengan 8 pertanyaan, penulis mengambil skor tertinggi 40 (8×5) dan skor terendah 8 (8×1) dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $6,4 \{(40 - 8) : 5\}$

Tabel 3. 19

Kriteria Penilaian Kepatuhan Material Wajib Pajak

Rentang Nilai	Kategori
8 – 14,4	Tidak Baik
14,5 – 20,9	Kurang Baik
20,10 – 26,5	Cukup Baik
26,6 – 33,0	Baik
33,1 – 39,5	Sangat Baik

- Untuk dimensi Tepat dalam menghitung pajak terutang sesuai dengan peraturan perpajakan pada variabel Y Kepatuhan Material Wajib Pajak terdiri dari (3) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu 15 (5×3) dan skor terendah yaitu 3 (1×3), lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $2,4 \{(15 - 3) : 5\}$

Tabel 3. 20

Kriteria Variabel Kepatuhan Material Wajib Pajak dalam Dimensi Tepat dalam menghitung pajak terutang sesuai dengan peraturan perpajakan

Rentang Nilai	Kategori
3 – 5,4	Tidak Baik
5,5 – 7,9	Kurang Baik
7,10 – 9,5	Cukup Baik
9,6 – 12,0	Baik
12,1 – 14,5	Sangat Baik

- Untuk dimensi Tepat dalam memperhitungkan pajak terutang sesuai dengan peraturan perpajakan pada variabel Y Kepatuhan Material Wajib Pajak terdiri dari (2) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu 10 (5×2) dan skor terendah yaitu 2 (1×2), lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $1,6 \{(10 - 2) : 5\}$

Tabel 3. 21

Kriteria Variabel Kepatuhan Material Wajib Pajak dalam dimensi Tepat dalam memperhitungkan pajak terutang sesuai dengan peraturan perpajakan

Rentang Nilai	Kategori
2 – 3,6	Tidak Baik
3,7 – 5,3	Kurang Baik
5,4 – 7,0	Cukup Baik
7,1 – 8,7	Baik
8,8 – 10,4	Sangat Baik

- Untuk dimensi Dapat diakses kapanpun pada variabel X2 Penerapan E-filling terdiri dari (3) butir pertanyaan. Maka penulis menentukan kriteria berdasarkan skor tertinggi dan terendah, dimana skor tertinggi yaitu 15 (5×3) dan skor terendah yaitu 3 (1×3), lalu kelas intervalnya sebesar dan panjang kelas interval untuk setiap kategori adalah $2,4 \{(15 - 3) : 5\}$

Tabel 3. 22

Kriteria Variabel Kepatuhan Material Wajib Pajak dalam Dapat Diakses Kapanpun

Rentang Nilai	Kategori
3 – 5,4	Tidak Baik
5,5 – 7,9	Kurang Baik
7,10 – 9,5	Cukup Baik
9,6 – 12,0	Baik
12,1 – 14,5	Sangat Baik

3.5.1 Transformasi Data Ordinal Menjadi Data Interval

Data yang diperoleh dari kuesioner penelitian memiliki skala pengukuran ordinal. Agar memenuhi persyaratan analisis regresi, yang mensyaratkan minimal skala interval, data ordinal tersebut perlu ditransformasikan terlebih dahulu ke dalam skala interval. Proses transformasi ini dilakukan dengan menggunakan

Method of Successive Intervals (MSI). Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Mengamati setiap pilihan jawaban yang diberikan oleh responden dalam kuesioner yang telah disebar.
2. Menentukan jumlah frekuensi (f) responden untuk setiap pernyataan berdasarkan pilihan skor 1, 2, 3, 4, dan 5 pada masing-masing pertanyaan.
3. Menghitung proporsi dengan membagi setiap frekuensi jawaban dengan jumlah total responden.
4. Menentukan proporsi kumulatif dengan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan pada setiap kolom skor.
5. Menentukan nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang telah diperoleh dengan merujuk pada tabel distribusi normal.
6. Menentukan nilai skala (*Scale Value* = SV) untuk setiap pilihan jawaban menggunakan rumus tertentu yang mempertimbangkan batas kepadatan dan area distribusi.
7. Menentukan skala (*Scale Value* = SV) untuk masing – masing responden dengan menggunakan rumus:

$$SV = \frac{(\text{density at lower limit}) - (\text{density at upper limit})}{(\text{area below upper limit}) - (\text{area below lower limit})}$$

Keterangan:

Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan batas atas

Area Below Upper Limit = Daerah di bawah batas atas