**ABSTRAK**

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP MINAT PERILAKU WAJIB**

**PAJAK ORANG PRIBADI DALAM MENGGUNAKAN**

***E-FILING* PADA KP2KP TAKENGON**

**Shella Aprillia (173214065)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Pengaruh Sosial yang mempengaruhi Minat Perilaku Wajib Pajak Orang Pribadi dalam menggunakan sistem *e-filing* pada KP2KP Takengon. Penelitian ini menggunakan deskriftif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KP2KP Takengon yang berjumlah 12.169 orang pada tahun 2020 yang tersebar di 7 Kecamatan wilayah Kota Takengon. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan membuat data kuesioner dengan bentuk *Google Form* yang disebarkan kepada wajib pajak orang pribadi yang menggunakan *e-filing* pada KP2KP Takengon. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda ,Uji t,Uji F,dan uji r. Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kegunaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat perilaku wajib pajak orang pribadi. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai thitung > ttabel (3,748 > 1,984) dengan signifikan 0,000 < 0,05. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku wajib pajak orang pribadi. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai thitung > ttabel (4,123 > 1,984) dengan signifikan 0,000 < 0,05. Variabel pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku wajib pajak orang pribadi. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai thitung > ttabel (2,129 > 1,984) dengan signifikan 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) diperoleh Fhitung > Ftabel (19,118 > 3,94) dengan tingkat sig 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan pengaruh sosial (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat perilaku wajib pajak orang pribadi (Y). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai R square sebesar 0,354. Hal ini berarti bahwa pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan pengaruh sosial terhadap minat perilaku wajib pajak orang pribadi adalah sebesar 35,4%, sedangkan sisanya 37,4% dipengaruhi variabel minat perilaku wajib pajak orang pribadi yang menggunakan *e-filing* pada KP2KP Takengon.

**Kata Kunci : Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Pengaruh sosial, Minat Perilaku Wajib Pajak Orang Pribadi.**

***ABSTRACT***

***EFFECT OF PERCEPTION OF USE, PERCEPTION OF EASY AND SOCIAL INFLUENCE ON INTEREST OF COMPULSORY***

***BEHAVIOR TAX PERSONNEL IN USING E-FILING***

***IN KP2KP TAKENGON***

**Shella Aprillia**

**(173214065)**

*The purpose of this study was to determine the perceived usefulness, perceived convenience and social influence that affect the behavioral interest of individual taxpayers in using the e-filing system at KP2KP Takengon. This research uses quantitative descriptive. The population in this study are individual taxpayers registered in KP2KP Takengon, totaling 12,169 people in 2020 spread over 7 Districts in the City of Takengon. The sample in this study amounted to 100 respondents by making questionnaire data in the form of a Google Form which was distributed to individual taxpayers who used e-filing at KP2KP Takengon. The data analysis method used in this research is multiple regression analysis, t test, F test, and r test. Based on the results of the partial test (t test) shows that the effect of perceived usefulness (X1) has a significant effect on the behavioral interest variable of individual taxpayers. It can be seen from the value of tcount > ttable (3.748 > 1.984) with a significance of 0.000 < 0.05. The variable perception of convenience has a significant effect on the behavioral interest of individual taxpayers. This can be seen from the value of tcount > ttable (4.123 > 1.984) with a significance of 0.000 < 0.05. The social influence variable has a significant effect on the behavioral interest of individual taxpayers. It can be seen from the value of tcount > ttable (2.129 > 1.984) with a significance of 0.000 < 0.05. Based on the results of the simultaneous test (F test) obtained Fcount > Ftable (19.118 > 3.94) with a sig level of 0.000 <0.05. This shows that Ho is rejected and Ha is accepted so that it can be concluded that the variable influence of perceived usefulness (X1), perceived convenience (X2), and social influence (X3) simultaneously has a positive and significant effect on the behavioral interest variable of individual taxpayers (Y). Based on the results of the coefficient of determination test, it is known that the R square value is 0.354. This means that the effect of perceived usefulness, perceived convenience and social influence on the behavioral interest of individual taxpayers is 35.4%, while the remaining 37.4% is influenced by the behavioral interest variable of individual taxpayers who use e-filing in KP2KP Takengon.*

***Keywords: Effect of Perceived Usefulness, Ease, Social Influence, Behavioral Interests of Individual Taxpayers.***