

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan	6
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 <i>Pleasure Arousal Dominance</i>	10
2.1.2 <i>Theory of Reasoned Action</i>	13
2.1.3 <i>Theory Acceptance Model</i>	13
2.1.4 <i>Consumer Acceptance Technology</i>	14
2.1.5 E-SPT	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	20
2.4 Hipotesis	22

2.4.1	Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif Terhadap Persepsi Kegunaan dan Sikap Wajib Pajak.....	22
2.4.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Kegunaan dan Sikap Wajib Pajak.....	23
2.4.3	Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	24
2.4.4	Pengaruh Kesenangan terhadap Sikap Wajib Pajak ..	25
2.4.5	Pengaruh Keinginan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	25
2.4.6	Pengaruh Dominansi terhadap Sikap Wajib Pajak.....	26
2.4.7	Pengaruh Sikap Wajib Pajak terhadap Minat Menggunakan E-SPT.....	26
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	28
3.2.1	Persepsi Keunggulan Relatif.....	29
3.2.2	Persepsi Kegunaan.....	29
3.2.3	Persepsi Kemudahan.....	30
3.2.4	Kesenangan Penggunaan.....	31
3.2.5	Keinginan Penggunaan.....	31
3.2.6	Dominansi.....	32
3.2.7	Sikap.....	33
3.2.8	Minat Penggunaan E-SPT.....	33
3.2.9	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.3	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.6	Metode Analisis Data.....	38
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	38
3.6.2	<i>Partial Least Square</i>	39
3.6.3	Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	41
3.6.4	Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	42

3.6.5 Uji Hipotesis.....	42
3.6.7. Pengujian Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	44
4.2 Statistik Deskriptif.....	46
4.3 Analisis Data.....	50
4.3.1 Uji Kualitas Data.....	51
4.3.1.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	51
4.3.1.2 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	64
4.3.2 Pengujian Hipotesis.....	65
4.3.3 Pengujian Analisis Jalur (<i>path analysis</i>).....	68
4.4 Interpretasi Hasil.....	70
4.4.1 Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif terhadap Persepsi Kegunaan.....	70
4.4.2 Pengaruh Persepsi Keunggulan Relatif terhadap Sikap Wajib Pajak.....	71
4.4.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi Kegunaan.....	72
4.4.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	74
4.4.5 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	75
4.4.6 Pengaruh Kesenangan Penggunaan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	76
4.4.7 Pengaruh Keinginan Menggunakan terhadap Sikap Wajib Pajak.....	78
4.4.8 Pengaruh Dominansi terhadap Sikap Wajib Pajak.....	79
4.4.9 Pengaruh Sikap terhadap Minat Penggunaan E-SPT.....	80
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	82

5.2 Implikasi Penelitian.....	85
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.4 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91