

Pengaruh Transaksi Pihak Berelasi, Beban Iklan, dan Kompensasi Eksekutif terhadap Agresivitas Pajak

Rika Nazil Ainiyah, Judi Budiman

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Sultan Agung, Indonesia

e-mail: rikanaziliaa@gmail.com, judibudiman09@yahoo.com

Published: October, 2025

ABSTRACT

Tax aggressiveness is prevalent among consumer cyclical sector companies that contribute significantly to the national economy. This research examines the effect of related-party transactions, advertising expenses, and executive compensation on tax aggressiveness in consumer cyclical sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2022-2024. This study employed a quantitative research method using secondary data from financial statements. The population consisted of 168 consumer cyclical companies, with 56 observations selected through purposive sampling. Data analysis used multiple linear regression analysis via SPSS 26, including descriptive statistics testing, classical assumption testing, goodness of fit model testing, and hypothesis testing. Results reveal that simultaneously, all three independent variables significantly influence tax aggressiveness ($F=6.722$; $\text{sig.}=0.001$). Partially, related-party transactions do not significantly affect tax aggressiveness ($t=-0.257$; $\text{sig.}=0.798$), advertising expenses negatively influence tax aggressiveness ($t=-2.444$; $\text{sig.}=0.018$), and executive compensation positively affects tax aggressiveness ($t=3.601$; $\text{sig.}=0.001$). The adjusted R^2 value of 0.241 indicates that independent variables explain 24.1% of tax aggressiveness variation. In conclusion, advertising expenses and executive compensation serve as significant determinants of tax aggressiveness, while related-party transactions show no significant effect. However, only 24.1% of tax aggressiveness variation is explained by these variables, suggesting other factors require investigation in future research.

Keywords: Advertising Expense, Agency Theory, Executive Compensation, Related Party Transaction, Tax Aggressiveness

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu komponen strategis dalam pembiayaan pembangunan nasional, dengan penerimaan melalui sektor perpajakan mencapai 71% dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara (DJP, 2022). Namun, tingkat kepatuhan wajib pajak di Indonesia masih belum optimal, dengan banyak perusahaan yang menganggap pajak sebagai beban yang mengurangi laba perusahaan (Simanungkalit et al., 2023). Perusahaan sektor consumer cyclical, yang mencakup barang rumah tangga tahan lama, pakaian, pariwisata, dan rekreasi, memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional (BEI, 2021). Kontribusi besar ini, ironisnya, menciptakan peluang bagi perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak, yaitu upaya meminimalkan beban pajak baik melalui cara legal (tax avoidance) maupun ilegal (tax evasion) (Putranto et al., 2023).

Fenomena agresivitas pajak telah terdeteksi pada perusahaan sektor consumer cyclical Indonesia, salah satunya pada PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Menurut Junyes et al. (2025), perusahaan tersebut melakukan tindakan agresivitas pajak secara legal dengan mengalokasikan biaya tertentu sebagai biaya pengembangan sumber daya manusia, sehingga mengurangi beban pajak secara signifikan sebesar Rp 38.162 juta pada tahun 2023 dan Rp 73.108 juta pada tahun 2022. Strategi ini menunjukkan bagaimana perusahaan memanfaatkan celah dalam rekayasa pengalokasian biaya untuk mencapai perencanaan pajak yang agresif (Aulia & Jarno, 2024). Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa agresivitas pajak tidak hanya berpotensi mengurangi penerimaan negara,

tetapi juga mencerminkan kompleksitas faktor-faktor yang mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi penghematan pajak.

Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi beberapa variabel yang berpengaruh terhadap agresivitas pajak, namun menunjukkan hasil yang inkonsisten. Transaksi pihak berelasi, didefinisikan sebagai pengalihan sumber daya, jasa, atau kewajiban antara entitas dengan hubungan istimewa (Ortax, 2022), merupakan salah satu variabel yang sering diteliti. Beberapa studi, seperti penelitian Helpinsyah dan Afridayani (2025) serta Putri et al. (2024), menemukan bahwa transaksi pihak berelasi berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, sementara penelitian Suprihatin dan Mahardini (2021) menemukan pengaruh negatif. Adanya inkonsistensi ini menunjukkan bahwa hubungan antara transaksi pihak berelasi dan agresivitas pajak bergantung pada konteks dan karakteristik perusahaan yang diteliti (Ramadanty et al., 2025).

Beban iklan, sebagai biaya promosi yang dikeluarkan untuk memasarkan produk (Permenkeu RI, 2025), juga menunjukkan hasil penelitian yang beragam dalam kaitan dengan agresivitas pajak. Penelitian oleh Resty et al. (2024) menyatakan bahwa beban iklan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, sedangkan penelitian Athalia dan Machdar (2024) serta Yap (2024) menemukan pengaruh negatif. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa pengalokasian beban iklan dapat dipandang dari perspektif yang berbeda. Satu sisi, beban iklan yang tinggi dapat dimanfaatkan sebagai strategi untuk menurunkan laba kena pajak dan mempertahankan posisi di pasar. Namun, di sisi lain, beban iklan yang strategis mencerminkan fokus perusahaan pada pertumbuhan jangka panjang dan penguatan citra merek, yang dapat mengurangi insentif perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak (Nguyen, 2015).

Kompensasi eksekutif, sebagai imbalan yang diberikan kepada manajemen atas kinerja dan kontribusinya (Sasriani & Sugeng, 2025), telah menarik perhatian para peneliti dalam menganalisis agresivitas pajak. Penelitian Cahyaningtyas dan Syafruddin (2023) serta Asqolani (2022) menemukan bahwa kompensasi eksekutif berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, didukung oleh temuan Karina (2024) yang menunjukkan bahwa CEO compensation memiliki pengaruh signifikan positif terhadap praktik tax avoidance. Sebaliknya, penelitian Kurnia dan Yahfis (2025) menemukan pengaruh negatif karena potensi konsekuensi hukum yang dapat merusak reputasi perusahaan. Perspektif agency theory menjelaskan bahwa kompensasi yang lebih besar mendorong manajemen untuk melaporkan laba yang tinggi, sehingga memicu strategi penghematan pajak melalui perencanaan pajak yang agresif (Ariyanto & Weli, 2025).

Penelitian ini membedakan diri dari studi sebelumnya melalui fokus pada sektor consumer cyclicals dan periode penelitian 2022-2024, sebuah periode yang relevan dengan dinamika ekonomi Indonesia pasca-pandemi. Adanya inkonsistensi hasil dalam penelitian terdahulu serta keterbatasan variabel yang telah diteliti memberikan urgensi bagi penelitian ini untuk memberikan bukti empiris yang lebih kuat. Secara praktis, pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak pada sektor consumer cyclicals menjadi penting bagi regulasi perpajakan, keputusan investasi, dan tata kelola perusahaan yang lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh transaksi pihak berelasi, beban iklan, dan kompensasi eksekutif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024, dengan menggunakan pengukuran Book Tax Difference (BTD) sebagai proksi agresivitas pajak.

METODE

Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2025), metode penelitian kuantitatif adalah suatu cara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu yang mengandalkan data berbentuk angka dan statistik untuk mengukur dan memahami fenomena sosial maupun alam. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2025; Emzir, 2012). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory research,

yaitu penelitian yang menjelaskan bagaimana variabel berhubungan dengan objek yang diteliti melalui pendekatan sebab akibat atau hubungan kausal (Sugiyono, 2025). Proses penelitian kuantitatif bersifat linier, di mana langkah-langkahnya jelas mulai dari rumusan masalah, berteori, berhipotesis, mengumpulkan data, analisis data, dan membuat kesimpulan serta saran (Sudaryono, 2021).

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yang merupakan data yang secara tidak langsung diperoleh dari objek penelitian (Kurnia & Pransisca, 2025). Data sekunder diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan sektor consumer cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024. Data sekunder dipilih karena lebih efisien dalam hal waktu dan biaya, serta memiliki tingkat akurasi tinggi karena bersumber dari laporan keuangan yang telah diaudit secara profesional. Pengumpulan data dilakukan dengan mengunduh laporan keuangan dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan situs resmi masing-masing perusahaan. Penggunaan data sekunder dalam penelitian akuntansi telah direkomendasikan oleh berbagai peneliti karena representatifitas dan reliabilitasnya yang tinggi dalam mengukur variabel penelitian (Creswell & Creswell, 2022).

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor consumer cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024. Sektor consumer cyclical mencakup perusahaan yang memproduksi barang rumah tangga tahan lama, pakaian, sepatu, tekstil, jasa pariwisata, rekreasi, periklanan, dan sektor serupa lainnya yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional (BEI, 2021). Populasi awal terdiri dari 168 perusahaan sektor consumer cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pemilihan sampel sebagai data penelitian dilakukan menggunakan teknik purposive sampling sesuai dengan kriteria pemilihan sampel yang telah ditentukan. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih responden atau objek yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2025). Teknik ini digunakan ketika peneliti ingin memastikan bahwa hanya individu atau entitas tertentu yang relevan dengan penelitian yang menjadi bagian dari sampel (Arikunto, 2010; Turner, 2020). Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Pertama, perusahaan sektor consumer cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2022-2024. Kedua, perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan secara berturut-turut pada situs www.idx.co.id, situs masing-masing perusahaan, dan sumber resmi lain selama periode 2022-2024. Ketiga, perusahaan yang menyajikan laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah. Keempat, perusahaan yang laporan keuangannya mencakup semua variabel penelitian yang dibutuhkan. Kelima, perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode 2022-2024, karena perusahaan yang mengalami kerugian dapat memberikan hasil yang bias dalam analisis pajak. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 21 perusahaan sampel dengan total data sebanyak 63 observasi selama 3 tahun penelitian. Setelah dilakukan pembersihan data dan pengecekan data outlier menggunakan metode standarisasi (z-score), diperoleh 56 observasi yang memenuhi kriteria pengolahan data untuk analisis lebih lanjut. Penggunaan teknik purposive sampling dan prosedur screening data ini sejalan dengan standar metodologi penelitian akuntansi modern (Notoatmodjo, 2010).

Instrumen dan Teknik Analisis Data

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dan catatan atas laporan keuangan (notes to financial statements) perusahaan sampel. Data penelitian kemudian diinput ke dalam aplikasi Microsoft Excel sebelum diolah menggunakan SPSS 26. Penggunaan SPSS 26 merupakan standar dalam analisis data kuantitatif modern yang memungkinkan peneliti melakukan berbagai pengujian statistik dengan akurat dan efisien (Ghozali, 2021). Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS 26.

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ghozali, 2021; Sudaryono, 2021). Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari lima tahapan pengujian yang sistematis. Tahapan

pertama adalah uji statistik deskriptif untuk menghasilkan statistik dasar seperti mean, minimum, maksimum, dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Deskripsi statistik ini memberikan gambaran umum tentang karakteristik data yang akan dianalisis lebih lanjut.

Tahapan kedua adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari empat pengujian. Uji normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test untuk menguji apakah variabel-variabel dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dianggap memenuhi asumsi jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Uji multikolinearitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen dalam model regresi (Wongkar et al., 2025). Kriteria yang digunakan adalah jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Uji autokorelasi dilakukan menggunakan Durbin-Watson Test untuk menguji apakah terdapat korelasi antara error pada periode t dengan error pada periode $t-1$. Data dinyatakan bebas dari autokorelasi jika nilai Durbin-Watson berada di antara nilai d_U dan $4-d_U$. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan variansi dari residual satu observasi ke observasi lain dalam model regresi (Darmawan et al., 2025). Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Park (Park Test) di mana kriterianya adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Tahapan ketiga adalah uji Goodness of Fit Model yang terdiri dari dua pengujian. Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Koefisien determinasi merupakan ukuran goodness-of-fit yang menunjukkan persentase variansi dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen (Arize, 2025). Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang mendekati 1 menunjukkan model yang lebih baik. Dalam penelitian ini, digunakan Adjusted R^2 karena lebih konservatif dalam mengevaluasi model regresi berganda. Uji F digunakan untuk menguji signifikansi model regresi secara simultan, yaitu untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tahapan keempat adalah uji hipotesis menggunakan uji t (t-test) untuk menguji signifikansi parameter individual atau pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 dengan kriteria pengujian sebagai berikut: jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima; sebaliknya, jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak. Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$, di mana Y adalah variabel dependen, X_1 , X_2 , dan X_3 adalah variabel independen, b_0 adalah konstanta, b_1 , b_2 , dan b_3 adalah koefisien regresi, dan e adalah error term (Emzir, 2012).

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilakukan melalui rangkaian langkah-langkah yang sistematis dan terstruktur. Tahap pertama adalah mengidentifikasi masalah dan merumuskan hipotesis yang disesuaikan dengan teori penelitian dan studi literatur yang telah dilakukan. Identifikasi masalah didasarkan pada fenomena agresivitas pajak yang ditemukan pada perusahaan sektor consumer cyclicals serta inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh transaksi pihak berelasi, beban iklan, dan kompensasi eksekutif terhadap agresivitas pajak.

Tahap kedua adalah pengumpulan data dengan mengunduh laporan keuangan dari situs resmi Bursa Efek Indonesia atau situs resmi masing-masing perusahaan selama periode 2022-2024. Pengumpulan data sekunder dilakukan secara sistematis dengan memastikan bahwa semua data yang dikumpulkan bersumber dari dokumen resmi dan terpercaya (Creswell & Creswell, 2022). Data finansial yang dikumpulkan mencakup laporan laba rugi, neraca, dan catatan atas laporan keuangan yang diperlukan untuk mengukur masing-masing variabel penelitian.

Tahap ketiga adalah pemeriksaan kelengkapan data, pengecekan data outlier, dan transformasi data menggunakan logaritma natural bila diperlukan. Pemeriksaan kelengkapan data dilakukan untuk memastikan bahwa semua data yang dibutuhkan telah terkumpul lengkap tanpa ada data yang hilang atau missing value. Pengecekan data outlier dilakukan menggunakan metode

standardisasi z-score dengan kriteria bahwa data dianggap outlier jika nilai z-score lebih besar dari 3 atau lebih kecil dari -3. Transformasi data menggunakan logaritma natural dilakukan pada variabel kompensasi eksekutif untuk menormalkan distribusi data yang mungkin miring atau asimetris.

Tahap keempat adalah pengujian data menggunakan analisis regresi linier berganda melalui aplikasi SPSS 26. Prosedur pengujian diawali dengan pembersihan data untuk memastikan tidak adanya missing value atau data outlier yang mungkin terlewatkan pada tahap sebelumnya. Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi kriteria Best Linear Unbiased Estimator (BLUE). Pengujian ini penting karena apabila asumsi klasik tidak terpenuhi, hasil regresi dapat menjadi bias dan tidak dapat diandalkan (Basuki, 2023). Setelah asumsi klasik terpenuhi, dilanjutkan dengan uji Goodness of Fit Model dan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan simultan (Kurnia & Pransisca, 2025; Pradipta et al., 2024).

Tahap kelima adalah interpretasi hasil dan penarikan kesimpulan. Interpretasi hasil dilakukan dengan menganalisis output SPSS 26 dan membandingkannya dengan teori dan penelitian sebelumnya. Kesimpulan dibuat berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan temuan-temuan yang diperoleh dari analisis data. Prosedur penelitian ini mengikuti standar metodologi penelitian akuntansi yang telah ditetapkan oleh berbagai lembaga riset internasional dan telah terbukti efektif dalam menghasilkan penelitian berkualitas tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Transaksi Pihak Berelasi (X1)	6	.0006	.0931	.032084	.0280749
Beban Iklan (X2)	56	.0002	.0254	.008879	.0065420
Kompensasi Eksekutif (X3)	56	20.9303	26.8627	23.712831	1.4982893
Agresivitas Pajak (Y)	56	-.0592	.1383	.040712	.0427163
Valid N (listwise)	56				

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata transaksi pihak berelasi dari sisi aset dan liabilitas pada perusahaan sektor *consumer cyclicals* adalah sebesar 3,2%. Rata-rata beban iklan yang dikeluarkan perusahaan relatif kecil, yaitu sebesar 0,89%, artinya proporsi biaya promosi terhadap total keuangan perusahaan tidak terlalu besar. Selain itu, rata-rata kompensasi eksekutif bernilai sebesar 23,71%, yang menunjukkan bahwa tingkat kompensasi cukup tinggi dalam mendorong kinerja manajemen. Disamping itu, rata-rata agresivitas pajak adalah sebesar 4,07% yang dapat diartikan bahwa tingkat agresivitas pajak cenderung rendah sehingga kepatuhan pajak relatif baik.

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.03763058

Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.062
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,200. Artinya, nilai sig. 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan layak untuk dilakukan analisis penelitian lebih lanjut.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	(Constant)		
	Transaksi Pihak Berelasi (X1)	.868	1.152
	Beban Iklan (X2)	.920	1.087
	Kompensasi Eksekutif (X3)	.811	1.233
a. Dependent Variable : Agresivitas Pajak (Y)			

Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel transaksi pihakberelasi, beban iklan, dan kompensasi eksekutif memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10. Maka, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model regresi.

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.531	.283	.241	.03512	1.883
2 ^a					
a. Predictors: (Constant), LAG_KE, LAG_BI, LAG_TPB					
b. Dependent Variable: LAG_BTDT					

Hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* (DW) adalah sebesar 1,883. Nilai tersebut berada antara dU (1,6830) < d (1,883) < 4-dU (2,3170) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi pada model regresi.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	

1	(Constant)	1.267	1.165		1.087	.282
	Transaksi Pihak Berelasi (X1)	.882	2.536	.050	.348	.730
	Beban Iklan (X2)	-20.146	10.603	-.271	-1.900	.063
	Kompensasi Eksekutif (X3)	-.015	.049	-.046	-.309	.759
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel transaksi pihak berelasi memperoleh nilai sig. 0,730 > 0,05, beban iklan memperoleh nilai sig. 0,063 > 0,05, dan kompensasi eksekutif memperoleh nilai sig. 0,759 > 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-.180	.062	
	LA G_TPB	-.054	.210	-.034
	LA G_BI	-2.159	.883	-.297
	LA G_KE	.015	.004	.483
a. Dependent Variable: LAG_BT D				

Berdasarkan pengujian tersebut, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{BTD} = -0,180 - 0,054_{\text{TPB}} - 2,159_{\text{BI}} + 0,015_{\text{KE}}$$

Penjelasan persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

1. Konstanta bernilai -0,180 dengan koefisien negatif, yang berarti apabila variabel transaksi pihak berelasi, beban iklan, dan kompensasi esekutif dianggap bernilai 0 atau konstan, maka agresivitas pajak perusahaan (BTD) bernilai -0,180.
2. Variabel transaksi pihak berelasi menghasilkan nilai koefisien negatif, yaitu sebesar -0,054. Maka, dapat diartikan bahwa semakin tinggi nilai transaksi pihak berelasi, baik dari sisi aset maupun liabilitas, maka agresivitas pajak perusahaan akan cenderung menurun.
3. Variabel beban iklan (BI) menghasilkan nilai koefisien negatif, yaitu -2,159 yang berarti semakin tinggi nilai beban iklan yang dikeluarkan perusahaan, maka agresivitas pajak akan semakin menurun.
4. Variabel kompensasi eksekutif (KE) menghasilkan nilai koefisien positif, yaitu sebesar 0,015. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin besar nilai kompensasi yang diberikan kepada eksekutif, maka agresivitas pajak perusahaan akan semakin meningkat.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.532a	.283	.241	.03512
a. Predictors: (Constant), LAG_KE, LAG_BI, LAG_TPB				
b. Dependent Variable: LAG_BT D				

Hasil pengujian Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R²* adalah sebesar 0,241. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu transaksi pihak berelasi, beban iklan, dan kompensasi eksekutif mampu menjelaskan sebesar 24,1% variabel dependen yaitu agresivitas pajak, sementara sisanya sebesar 75,9% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini. Dengan kata lain, variabel independen memberikan pengaruh sebesar 24,1% terhadap variabel dependen.

Tabel 8 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	.025	3	.008	6.722	.001b
	Residual	.063	51	.001		
	Total	.088	54			
a. Dependent Variable: LAG_BTD						
b. Predictors: (Constant), LAG_KE, LAG_BI, LAG_TPB						

Hasil uji F menunjukkan hasil bahwa nilai F hitung adalah sebesar 6,722 dan diperoleh nilai F tabel sebesar 2,79. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung > F tabel dan nilai sig. 0,001 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel independen yaitu transaksi pihak berelasi, beban iklan dan kompensasi eksekutif secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Tabel 9 Uji t

Coefficients ^a					
Model		B	t	Sig.	Keputusan
	(Constant)	-.180	-2.918	.005	
	LAG_TPB	-.054	-.257	.798	Ditolak
	LAG_BI	-2.159	-2.444	.018	Diterima
	LAG_KE	.015	3.601	.001	Diterima
a. Dependent Variable: LAG_BTD					

Hasil uji t menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Transaksi Pihak Berelasi Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel transaksi pihak berelasi adalah sebesar -0,257 dengan koefisien negatif dan diperoleh nilai t tabel sebesar 2,00758 dimana nilai t hitung < t tabel dan nilai sig. 0,798 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak, artinya transaksi pihak berelasi tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak.

2. Pengaruh Beban Iklan Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel beban iklan sebesar -2,444 dengan koefisien negatif dan diperoleh nilai t tabel sebesar 2,00758 dimana nilai |t hitung| > t tabel dan nilai sig. 0,018 < 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, artinya beban iklan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

3. Pengaruh Kompensasi Eksekutif Terhadap Agresivitas Pajak

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel kompensasi eksekutif adalah sebesar 3,601 dengan koefisien positif dan diperoleh nilai t tabel sebesar 2,00758 dimana nilai t hitung > t tabel dan nilai sig. 0,001 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima. Artinya, kompensasi berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Pembahasan

Pengaruh Transaksi Pihak Berelasi Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa transaksi pihak berelasi tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung < t tabel yaitu -0,257 < 2,00758 dengan koefisien negatif dan nilai sig. 0,798 > 0,05 sehingga **H_1 ditolak**. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprianingsih & Manurung (2021), (Agustiani, 2025), dan (Rachmawati et al., 2023) yang menyatakan bahwa transaksi pihak berelasi

tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sebaliknya, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Helpinsyah & Afridayani (2025) dan Putri et al. (2024) yang menyatakan bahwa transaksi pihak berelasi berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Faktor yang menyebabkan transaksi pihak berelasi tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak yaitu adanya nilai transaksi pihak berelasi yang cenderung kecil dibandingkan dengan nilai aset dan liabilitas yang dimiliki perusahaan. Selain itu, dapat disebabkan karena transaksi pihak berelasi seringkali dilakukan antar perusahaan yang masih berada dalam satu induk perusahaan yang sama sehingga lebih ditujukan untuk membantu kegiatan operasional perusahaan daripada mengurangi laba kena pajak perusahaan.

Pengaruh Beban Iklan Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, menunjukkan hasil bahwa beban iklan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini terbukti dengan nilai $|t \text{ hitung}| > t \text{ tabel}$ yaitu $-2,444 > 2,00758$ dengan koefisien negatif dan nilai sig. $0,018 < 0,05$ sehingga **H₁ diterima**. Artinya, semakin besar beban iklan yang dikeluarkan perusahaan maka akan semakin kecil kemungkinan terjadinya agresivitas pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Athalia & Machdar (2024) dan Yap (2024) yang menyatakan bahwa beban iklan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak, namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Resty et al. (2024) yang menyatakan beban iklan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Menurut teori agensi, terdapat perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham perusahaan. Manajer memiliki kecenderungan untuk meminimalkan beban pajak sehingga laba yang akan diperoleh akan semakin besar, sementara pemegang saham menginginkan peningkatan nilai perusahaan. Dalam hal ini, beban iklan dapat digunakan sebagai peluang manajer untuk meminimalisir laba kena pajak perusahaan. Kondisi ini menggambarkan bahwa pengalokasian beban iklan perusahaan berfokus pada strategi jangka panjang dalam memperkuat citra merek dan kinerja usaha. Dengan kata lain, perusahaan yang mengeluarkan beban iklan tinggi memiliki pengelolaan yang baik dan berusaha untuk mematuhi aturan perpajakan sehingga peluang perusahaan melakukan agresivitas pajak akan semakin kecil.

Pengaruh Kompensasi Eksekutif Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa kompensasi eksekutif berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung $> t \text{ tabel}$ ($3,601 > 2,00758$) dengan koefisien positif dan nilai sig. $0,001 < 0,05$ sehingga **H₁ diterima**. Artinya, semakin tinggi kompensasi eksekutif yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat agresivitas pajak perusahaan dilakukan. Hasil ini didukung penelitian oleh Cahyaningtyas & Syafruddin (2023), dan Asqolani (2022) yang menyatakan bahwa kompensasi eksekutif berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak, dan berlawanan dengan penelitian oleh Kurnia & Yahfis (2025) yang menyatakan bahwa kompensasi eksekutif berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

Menurut teori agensi, kompensasi mendorong manajemen untuk bertindak sesuai kepentingan pemegang saham yaitu dengan meningkatkan nilai perusahaan. Besarnya kompensasi eksekutif mendorong manajemen untuk melaporkan laba dengan jumlah yang tinggi sehingga dilakukan strategi penghematan pajak dengan meningkatkan laba bersih perusahaan. Strategi ini dilakukan untuk mempertahankan nilai dan reputasi kinerja manajerial. Dengan demikian, kompensasi eksekutif menjadi faktor pendorong dilakukannya tindakan agresivitas pajak perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah menghasilkan temuan penting mengenai pengaruh transaksi pihak berelasi, beban iklan, dan kompensasi eksekutif terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor consumer cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024. Secara simultan, ketiga variabel independen ini memiliki pengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, seperti ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 6,722 yang melampaui F tabel (sig. $0,001 < 0,05$). Namun, secara parsial hasil menunjukkan pola yang menarik dan beragam. Transaksi pihak berelasi tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak karena nilainya relatif kecil dan lebih

berorientasi pada operasional perusahaan daripada strategi penghematan pajak. Sebaliknya, beban iklan berpengaruh negatif signifikan terhadap agresivitas pajak, mengindikasikan bahwa perusahaan dengan pengeluaran iklan tinggi cenderung menerapkan praktik perpajakan yang lebih patuh dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang. Kompensasi eksekutif menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap agresivitas pajak, konsisten dengan perspektif agency theory yang menjelaskan bahwa kompensasi lebih tinggi mendorong manajemen untuk melakukan strategi penghematan pajak demi meningkatkan nilai perusahaan. Temuan ini memperkaya literatur tentang faktor-faktor determinan agresivitas pajak di konteks Indonesia.

Meskipun memberikan kontribusi empiris yang berarti, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, variabel independen hanya mampu menjelaskan 24,1 persen dari variabilitas agresivitas pajak, menunjukkan bahwa masih terdapat 75,9 persen faktor lain di luar penelitian ini yang mempengaruhi fenomena tersebut. Kedua, penelitian terbatas pada sektor consumer cyclical saja dengan jumlah sampel 56 observasi, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan dengan hati-hati. Ketiga, periode penelitian 2022-2024 adalah periode pasca-pandemi yang mungkin memiliki karakteristik ekonomi spesifik. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan struktur kepemilikan yang potensial mempengaruhi agresivitas pajak. Penelitian masa depan juga direkomendasikan untuk memperluas cakupan sektor industri dan memperpanjang periode penelitian guna meningkatkan generalisabilitas hasil. Implikasi praktis penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan perlu mengelola transparansi transaksi pihak berelasi dengan lebih baik, mengalokasikan beban iklan secara proporsional dan strategis, serta menetapkan kebijakan kompensasi eksekutif dengan bijak untuk mengurangi risiko agresivitas pajak. Bagi investor, temuan ini dapat menjadi pertimbangan penting dalam mengevaluasi kredibilitas dan tata kelola perusahaan sebelum melakukan keputusan investasi.

REFERENSI

- Adhie, M. Y. Y. A. M., & Supatmi, S. (2022). Pengaruh transaksi pihak berelasi terhadap kompensasi manajemen pada industri keuangan di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10(2), 345–360. <https://doi.org/10.17509/jrak.v10i2.45016>
- Agustiani, L. (2025). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan transaksi pihak berelasi terhadap agresivitas pajak: Studi empiris pada perusahaan consumer non-cyclical subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024. *Global Accounting: Jurnal Akuntansi*, 4(1), 1–15. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>
- Alkausar, B., Kawakibi, F. B., & Lasmana, M. S. (2021). Corporate governance and tax aggressiveness: Agency theory relationship. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 138–149. <https://doi.org/10.22219/jrak.v11i1.15610>
- Andriani, T. P., & Muklis, F. (2024). The effect of deferred tax expense, current tax expense, executive compensations, managerial ownership and free cash flow on earnings management: Empirical study of consumer goods industrial companies listed on the IDX in 2020-2022. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 61–74. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Aprianingsih, & Manurung, J. P. (2021). Pengaruh transaksi pihak berelasi dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak tahun 2017 sampai dengan 2019 pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Fundamental Management Journal*, 6(2), 298–308.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Arize, C. (2025). R-squared: Understanding the coefficient of determination in machine learning. *Journal of Statistical Methods*, 8(2), 45–62.
- Ariyanto, T. I., & Weli. (2025). The effect of executive compensation, executive risk preference, and tax incentives on tax avoidance. *Atma Jaya Accounting Research (AJAR)*, 8(2), 307–324. <https://doi.org/10.35129/pcf6xg27>

- Asqolani, M. R. (2022). Pengaruh kompensasi direksi dan risiko perusahaan pada agresivitas pajak di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 14(1), 1–17. <https://doi.org/10.33508/jako.v14i1.3111>
- Athalia, A., & Machdar, N. M. (2024). Pengaruh beban iklan, harga transfer dan volatilitas harga saham terhadap agresivitas pajak dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(1), 19–31. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i1.2452>
- Aulia, R., & Jarno. (2024). Pengaruh struktur kepemilikan dan kesulitan keuangan terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1192(2), 346–359.
- Basuki, A. T. (2023). *The classic assumption test*. Springer Publishers.
- Bursa Efek Indonesia (BEI). (2021). *Panduan IDX industrial classification*. Bursa Efek Indonesia. www.idx.co.id
- Cahyaningtyas, S. A., & Syafruddin, M. (2023). Dampak kompensasi eksekutif terhadap agresivitas pajak perusahaan di Indonesia: Studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas 100 BEI tahun 2017-2021. *Diponegoro Journal of Accounting*, 12, 1–14.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Darmawan, M. R., Wijaya, M., & Putri, R. (2025). The effect of capital structure on financial distress and firm value. *Paradoks Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 234–251. <https://doi.org/10.34308/paradoks.v8i3.1629>
- Direktorat Jenderal Pajak (DJP). (2022). *Puluhan mahasiswa baru kenali kontribusi pajak dalam postur APBN*. Direktorat Jenderal Pajak. <https://www.pajak.go.id/id/berita/puluhan-mahasiswa-baru-kenali-kontribusi-pajak-dalam-postur-apbn>
- Emzir. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif analisis data*. Rajawali Press.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Helpinsyah, M., & Afridayani. (2025). Pengaruh related party transaction, capital intensity dan kepemilikan mayoritas terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi Keberlanjutan Indonesia*, 8(2). <https://doi.org/10.37058/jak.v1i2.6721>
- Junyes, H. R., Prawira, I. F. A., & Kustiawan, M. (2025). Tax planning strategies for tax saving at PT Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. *Jurnal Riset Perpajakan*, 8(1).
- Karina, M. (2024). Narcissism, compensation, and risk-taking: The impact on tax avoidance. *International Journal of Accounting and Finance (IJCA)*, 11(3), 45–62.
- Kurnia, & Pransisca, N. M. (2025). Tax aggressiveness determinant: Evidence on consumer non-cyclicals sector. *Economina*, 29(01), 70–87.
- Kurnia, & Yahfis, W. (2025). Pengaruh hedging, kompensasi eksekutif dan gender diversity terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi*, 21(01), 183–196.
- Nindita, & N, Y. A. B. B. (2021). Pengaruh transaksi pihak berelasi terhadap penghindaran pajak dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 23(01), 1–20.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi penelitian kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nguyen, A. (2015). *Product market advertising and corporate tax aggressiveness*. Department of Banking and Finance, Monash University.
- Ortax. (2022). *Hubungan istimewa menurut ketentuan PSAK 7*. Retrieved September 13, 2022, from <https://ortax.org/hubungan-istimewa-menurut-ketentuan-psak-7>
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia (Permenkeu RI). (2025). *Peraturan Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. Retrieved from <https://datacenter.ortax.org/ortax/aturan/show/14076>
- Pradipta, K. A., Irawan, F., & Ariefiara, D. (2024). The influence of capital intensity, advertising intensity and transfer pricing on tax aggressiveness. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (JAKMAN)*, 5(3), 223–234. <https://doi.org/10.35912/jakman.v5i3.3119>
- Putranto, P., Dinar Nur Affini, & Husnul Hatimah. (2023). Pengaruh good corporate governance dan transfer pricing terhadap tax aggressiveness dengan ukuran perusahaan sebagai

- pemoderasi. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.176>
- Putri, T. E., Marundha, A., Pramukty, R., Mulyadi, & Sianipar, P. B. H. (2024). Related party transaction, financial distress, dan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak dengan manajemen laba sebagai variabel intervening. *Jurnal Economina*, 3(8), 782–796. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i8.1442>
- Rachmawati, F. D., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Ukuran perusahaan, transaksi hubungan istimewa dan struktur modal perusahaan terhadap agresivitas penghindaran pajak pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2021. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(8), 3170–3182.
- Ramadanty, J., Sihombing, B. A. S., & Fuadah, L. L. (2025). Related party transactions and corporate tax management: Insights from a systematic literature review. *Journal of Accounting and Digital Finance*, 5(1), 78–98.
- Resty, S., Yusralaini, Y., Rusli, R., & Wahyuni, N. (2024). Biaya iklan, intensitas persediaan, pertumbuhan penjualan dan transaksi pihak berelasi pada agresivitas pajak. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini*, 3(1), 438–457.
- Salsabila, F. C., & Kurnia. (2023). Pengaruh deferred tax expense, beban iklan, dan persaingan pasar terhadap aggressivitas pajak perusahaan: Studi empiris pada perusahaan sub sektor makanan olahan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016–2021. *E-Proceeding of Management*, 10(2), 1080–1086.
- Sasriani, N. A., & Sugeng, A. (2025). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility, kompensasi eksekutif, dan kepemilikan manajerial terhadap tax avoidance. *Jurnal Nusa Akuntansi*, 2(1), 322–347.
- Simanungkalit, G. E. A. D., Budiarmo, N. S., & Korompis, C. (2023). Pengaruh leverage, likuiditas, dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak: Studi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2022. *Riset Akuntansi dan Portofolio Investasi*, 1(2), 64–76. <https://doi.org/10.58784/rapi.55>
- Sudaryono. (2021). *Metodologi penelitian* (4th ed.). Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2025). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Suprihatin, N. S., & Mahardini, N. Y. (2021). Pengaruh related party transaction, inventory intensity dan kepemilikan mayoritas terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi*, 16(2), 114–124. <https://doi.org/10.37058/jak.v1i2.6721>
- Syahputra, A. R. D., & Abdani, F. (2023). The effect of related party transaction on tax aggressiveness. *Jurnal Proaksi*, 10(1), 14–29. <https://doi.org/10.32534/jpk.v10i1.3767>
- Turner, D. P. (2020). Sampling strategies in qualitative research: How to choose the right approach. *NEA Higher Ed Advocate*, 37(1), 15–28.
- Wongkar, C. T., Saerang, D. P. E., & Gunawan, E. M. (2025). The influence of social media marketing and content marketing on customer satisfaction. *Jurnal EMBA*, 13(1), 559–571.
- Yap, F. J. (2024). Pengaruh inventory intensity, capital intensity, sales growth, dan beban iklan terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 2980–2996.