# **ABSTRAK**

 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap wajib pajak, pengetahuan, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak variabel moderasi pelayanan fiskus pada wajib pajak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Brebes, Indonesia selama Pandemi Covid-19. Sebuah Metode penelitian kuantitatif yang digunakan dengan pendekatan penelitian deduktif. Penelitian ini menggunakan primer data dengan menyebarkan kuesioner kepatuhan wajib pajak UMKM di Brebes, Indonesia. Besar sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan jumlah populasi 11.513 Wajib Pajak Orang Pribadi dengan menggunakan simple random sampling. Selain itu, IBM SPSS 20 *software* yang digunakan untuk alat analisis dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap wajib pajak, pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Di sisi lain, pelayanan fiskus tidak dapat memoderasi pengaruh sikap wajib pajak dan pengetahuan wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak selama masa pandemic covid-19. Sedangkan, pelayanan fiskus dapat memoderasi kesadaran wajib pajak dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak selama masa pandemic covid-19.

**Kata Kunci:** sikap wajib pajak, pengetahuan wajib pajak, kesadaran wajib pajak, sosialisasi pajak, pelayanan fiskus, kepatuhan wajib pajak

# ***ABSTRACT***

This study aims to determine the effect of taxpayer attitudes, knowledge, taxpayer awareness, and tax socialization on taxpayer compliance, a moderating variable of tax authorities services on taxpayers of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Brebes, Indonesia during the Covid-19 Pandemic. A quantitative research method is used with a deductive research approach. This study uses primary data by distributing a questionnaire on taxpayer compliance of MSMEs in Brebes, Indonesia. The sample size used was 100 respondents with a population of 11,513 Individual Taxpayers using simple random sampling. In addition, IBM SPSS 20 software was used for the analysis tool in this study. The results of this study indicate that taxpayer attitudes, taxpayer knowledge, taxpayer awareness and tax socialization have a positive and significant effect on taxpayer compliance. On the other hand, tax authorities services cannot moderate the effect of taxpayer attitudes and taxpayer knowledge on taxpayer compliance during the Covid-19 pandemic. Meanwhile, tax authorities services can moderate taxpayer awareness and tax socialization on taxpayer compliance during the Covid-19 pandemic.

**Keywords**: taxpayer attitude, taxpayer knowledge, taxpayer awareness, tax socialization, tax services, taxpayer compliance