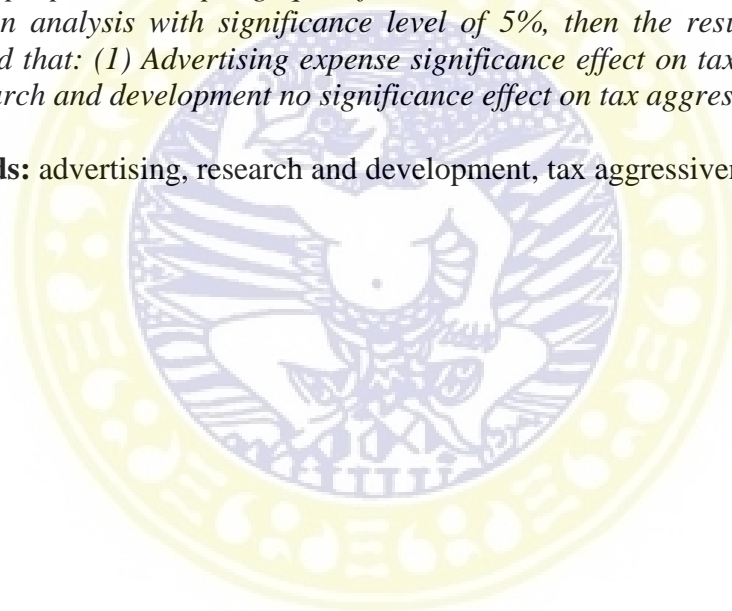


ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze how the influence of advertising and research and development to tax aggressiveness which is calculated by the current tax expense divided by income pretax income. Advertising expense which is calculated by the advertising expense divided by total assets. Research and development expense which is calculated by the research and development expense divided by total assets. Population in this research is manufacturing companies who registered at the Indonesian stock exchange in 2010 – 2016. Data was collected using purposive sampling method. Advertising expense and research and development to tax aggressiveness were analyzed using panel data method regression using SPSS 20.0 software. The result showed 105 firms matched purposive sampling qualifications. Based on the result of multiple regression analysis with significance level of 5%, then the result of this study concluded that: (1) Advertising expense significance effect on tax aggressiveness (2) Research and development no significance effect on tax aggressiveness.

Keywords: advertising, research and development, tax aggressiveness.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimanakah pengaruh beban iklan dan beban penelitian dan pengembangan terhadap agresivitas pajak yang dihitung dengan beban pajak kini dibagi dengan penghasilan sebelum pajak. Beban penelitian diukur dengan beban iklan dibagi dengan total aset. Beban penelitian dan pengembangan diukur dengan beban penelitian dan pengembangan dibagi dengan total aset. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010 – 2016. Penentuan sampel yang dipilih dalam penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Pengujian pengaruh beban iklan dan beban penelitian dan pengembangan terhadap agresivitas pajak dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS 20.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 106 perusahaan yang memenuhi target populasi yang ditetapkan dalam penelitian. Berdasarkan hasil uji analisis linier berganda dengan signifikan 5% maka hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) beban iklan berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak (2) beban penelitian dan pengembangan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Kata Kunci: Beban Iklan, Beban Penelitian dan Pengembangan, Agresivitas Pajak