

PENGARUH KENAIKAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) 11% TERHADAP DAYA BELI MOBIL PADA AUTO2000 PASTEUR BANDUNG

Marismiati¹, Silki Yulianti Woman²
Universitas Logistik & Bisnis Internasional
marismiati03@gmail.com, yuliantisilki@gmail.com

ABSTRACT

Tax regulations in Indonesia will experience many changes over time and changing times. Starting April 1, 2022, Indonesia has set the Value Added Tax (VAT) rate, which was previously 10%, to increase to 11%. One example of the the transaction that falls under Value Added Tax (VAT) is the sale of automobiles. This final project report aims to find out how the increase in VAT affects the purchasing power of cars at Auto2000 Bandung Pasteur. The employed research approach is quantitative, utilizing primary data collection which was obtained by distributing questionnaires to 91 consumers who bought cars at Auto2000 Pasteur Bandung in the period April 1 2022 – April 30 2023, and processed using the SPSS application with the Validation Assessment, Reliability Assessment, Normality Assessment, Spearman Rank Correlation Assessment, Simple Linear Regression Analysis, Coefficient of Determination Assessment, and Hypothesis Testing (t-test) were conducted. The findings indicated that 11% VAT increase had no effect on car purchasing power at Auto2000 Pasteur Bandung with a percentage of 0.5%.

Keywords: Tax; Value Added Tax (VAT), Purchasing Power.

PENDAHULUAN

Pajak merupakan kewajiban finansial yang harus diserahkan kepada negara oleh individu atau entitas secara wajib berdasarkan hukum, tanpa mendapatkan pengembalian langsung, dan dimanfaatkan untuk mendukung keperluan negara guna meningkatkan kesejahteraan rakyat. Salah satu bentuk pajak yang diatur oleh pemerintah untuk memperkuat ekonomi negara adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Perubahan terbaru dalam tarif PPN diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2021. Dokumen hukum ini menyebutkan bahwa tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) mengalami peningkatan menjadi 11%, yang diberlakukan mulai tanggal 1 April 2022. Dengan demikian, sejak tanggal tersebut, Indonesia menetapkan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang sebelumnya mencapai 10% kini mengalami peningkatan menjadi 11%.

Penjualan mobil di Auto2000 cabang Pasteur, Suci Bandung dan penjualan mobil *wholesale* (penjualan produsen mobil kepada distributor atau diler-diler resmi) menurut Gaikondo (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia) mengalami penurunan dibulan April dan Mei 2022 setelah diberlakukannya tarif terbaru Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yaitu sejak 1 April 2022. Cabang Auto2000 Pasteur mengalami penurunan yang cukup signifikan ditahun 2022. Dengan begitu penulis tertarik untuk mencari tau apakah Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi faktor utama dalam penurunan penjualan di Auto2000 Bandung Pasteur.

STUDI LITERATUR

Kajian Pustaka

Pajak

Pajak merupakan kontribusi yang harus dipenuhi oleh individu atau entitas kepada pemerintah sesuai ketentuan hukum, yang tidak menghasilkan kompensasi instan, dan digunakan untuk mendukung program negara guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Undang-Undang Republik Indonesia nomor 28, 2007)

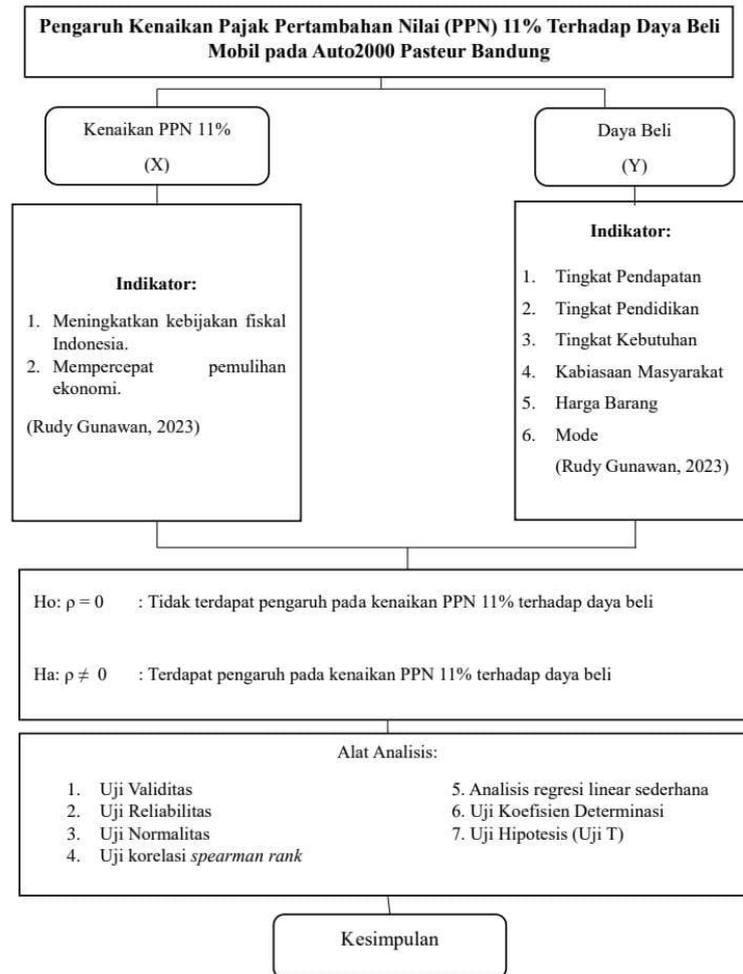
Pajak Pertambahan Nilai

Konsep Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menurut Rudy Gunawan merujuk pada pungutan pajak pada barang dan layanan yang terkena pajak di semua tahap nilai produk, mulai dari pembuatan hingga konsumen akhir. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berfungsi sebagai substitusi pajak penjualan. Dibandingkan dengan pajak penjualan, Pajak Pertambahan Nilai memiliki perbedaan karena hanya dikenakan pada peningkatan nilai setiap kali barang atau layanan diserahkan dalam berbagai tahap produksi dan distribusi. (Rudy Gunawan, 2023)

Daya Beli

Pengertian daya beli menurut Rudy Gunawan merupakan kemampuan membayar untuk mendapatkan barang yang dikehendaki atau dibutuhkan. Daya beli antar individu berbeda dan terdapat beberapa faktor yang berpengaruh. (Rudy Gunawan, 2023).

Kerangka Berfikir



Sumber: Data Diolah

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

Penelitian Terdahulu

Dalam hal ini, hasil studi sebelumnya yang relevan dengan pengaruh kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap daya beli seperti yang tertera

berikut ini:

No.	Peneliti	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Desy, Revi, dan Yudi (2021)	Pengaruh Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Daya Beli Konsumen Barang Elektronik Di Pasar Batusangkar	uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji hipotesis, uji korelasi, uji signifikansi parameter individual, uji koefisien determinasi) analisis regresi linear sederhana	Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen barang elektronik di pasar batusangkar.
2	Salma dan Ajimat (2022)	Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai, dan Pajak Kendaraan Bermotor Tarif Progresif terhadap Daya Beli Konsumen	Analisis statistic deskriptif	Pajak Pertambahan Nilai, dan Pajak Kendaraan Bermotor tarif progresif berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen.
3	Nurul, Mursalim, dan Suun	Analisis Pengaruh PPN, PPnBm, dan PKB dengan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Makassar	Analisis Regresi Linear Berganda	Penerimaan PPN tidak berpengaruh dan tidak signifikan pada daya beli konsumen kendaraan roda empat, penerimaan PPnBM berpengaruh positif dan signifikan pada daya beli konsumen kendaraan roda empat, penerimaan PKB dengan tariff progresif berpengaruh positif tetapi tidak signifikan pada daya beli konsumen kendaraan roda empat. Dan penerimaan PPN, PPnBM, dan PKB tariff progresif berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap daya beli konsumen roda empat.

Sumber: data diolah

Gambar 1.2 Penelitian Terdahulu

METODE

Jenis Penelitian

Dalam riset ini, peneliti menerapkan metode penelitian melalui pendekatan survei, di mana penulis menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengumpulkan

informasi dari konsumen Auto2000 Pasteur Bandung. Dalam penelitian ini, pendekatan yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif. Sesuai dengan pandangan Sugiyono, pendekatan kuantitatif diidentifikasi sebagai metode positivis karena berasal dari landasan filsafat yang sama, positivisme. (Sugiyono, 2021)

Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel independen yaitu kenaikan PPN (x), serta variabel dependen yaitu Daya Beli (y).

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengakumulasi informasi, peneliti menggunakan kuesioner (angket) yang disebar kepada pelanggan Auto2000 Pasteur. Setelah itu, respons dari kuesioner tersebut dinilai menggunakan skala pengukuran yang dikenal sebagai skala Likert. (Sugiyono, 2021)

Populasi dan Sampel

Metode sampel yang diterapkan adalah non probability sampling, lebih tepatnya dengan menggunakan teknik sampling insidental. Dalam konteks teknik sampling insidental, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono, sampel diambil secara kebetulan dari siapa saja yang berinteraksi dengan peneliti. Dalam menghitung jumlah sampel, metode yang digunakan adalah teknik slovin. Menurut Sugiyono, rumus slovin (juga dikenal sebagai rumus Yamane dan Issac serta Michael) digunakan ketika jumlah populasi diketahui. Karena itulah, dalam konteks penelitian ini, sampel berhasil terhimpun dari 91 responden. (Sugiyono, 2021)

Teknik Analisis Data

Dalam rangkaian studi ini, metode analisis data yang diadopsi adalah pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan software Microsoft Excel serta program SPSS Versi 25.0.

HASIL

Uji Validitas

Sugiyono mengungkapkan bahwa instrumen yang sah mengacu pada alat pengukur yang digunakan untuk memperoleh data dalam suatu pengukuran yang dianggap sah. Keabsahan berarti bahwa instrumen yang digunakan dapat efektif dalam mengukur sesuai dengan apa yang seharusnya diukur. Validitas kuesioner tercapai jika jawaban dari pernyataan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan diukur. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan secara statistik dengan menghitung hubungan antara masing-masing pernyataan yang tertuang dalam kuesioner berupa total skor dengan metode *person correlation*. Signifikansi *person correlation* yang dipakai pada penelitian ini adalah 0,05. Dalam penelitian ini r tabel akan dilakukan perhitungan secara manual dengan rumus $n-2$, selanjutnya dibandingkan pada kolom df yang berlaku. Sehingga, Data dianggap sah jika nilai korelasi item total yang dikoreksi (r hitung) memiliki nilai yang lebih besar daripada nilai korelasi tabel pada tingkat signifikansi 0,05. (Sugiyono, 2021)

Tabel 1.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel X (Kenaikan PPN)

Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,473	0,2061	Valid
2	0,680	0,2061	Valid
3	0,600	0,2061	Valid
4	0,707	0,2061	Valid
5	0,662	0,2061	Valid

Sumber: Data Diolah

Tabel 1.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Daya Beli)

Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,567	0,2061	Valid
2	0,606	0,2061	Valid
3	0,441	0,2061	Valid
4	0,685	0,2061	Valid
5	0,549	0,2061	Valid
6	0,419	0,2061	Valid
7	0,628	0,2061	Valid

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil perhitungan seluruh item pernyataan pada variabel x dan y dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,2061. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebanyak 12 pernyataan dalam kuesioner yang digunakan dalam studi ini dianggap sah dan dapat berfungsi sebagai instrumen pengukuran yang relevan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, instrumen yang memiliki keandalan adalah instrumen yang digunakan oleh beberapa ahli untuk mengukur objek yang serupa dan akan menghasilkan data yang serupa pula. (Sugiyono, 2021) saat melakukan uji reliabilitas digunakan uji statistik koefisien Alpha Cronback (Ca) yang berguna untuk menguji keandalan suatu instrumen penelitian melibatkan penilaian reliabilitasnya. Tingkat keandalan instrumen penelitian dianggap memadai apabila koefisien Alpha Cronbach (Ca) mencapai nilai yang memenuhi syarat. lebih besar atau setidaknya sama dengan 0,6 atau nilai uji statistic yang akan terjadi perhitungan lebih besar daripada nilai pada tabel. dalam menghitung uji reliabilitas peneliti memakai SPSS Version 25.0.

Tabel 1.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel x (Kenaikan PPN) dan variabel y (Daya Beli)

Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha Standart	Keterangan
Kenaikan PPN	0,616	0,60	Reliabel
Daya Beli	0,632	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah

Dari informasi yang tertera dalam tabel di atas, terlihat bahwa nilai Cronbach's alpha kenaikan PPN sebesar 0,616, dan nilai *cronbach alpha* daya beli sebesar 0,632. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut telah melewati syarat uji realibilitas sebesar 0,60. Maka bisa diartikan bahwa instrumen yang dipergunakan untuk mengukur kenaikan PPN dan Daya Beli reliable atau dapat dikatakan andal.

Uji Normalitas

Sugiyono menyatakan bahwa Uji normalitas data dilaksanakan untuk mengevaluasi apakah dalam konteks model regresi, distribusi dari variabel gangguan (residual) memiliki sifat normal atau tidak. (Sugiyono, 2021). Uji normalitas yang dipergunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan memakai metode kolmogorov smirnov dengan pendekatan Monte Carlo (Ghozali, 2018). pada melakukan uji normalitas peneliti menggunakan SPSS Version 25.0 menggunakan analisis menjadi berikut:

1. Apabila Sig. > $\alpha = 0,05$ artinya data yang diambil memiliki pola distribusi normal.
2. Apabila Sig. < $\alpha = 0,05$ artinya data yang diambil memiliki pola distribusi tidak normal.

Tabel 1.4 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov (Monte Carlo)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		91	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,90394277	
Most Extreme Differences	Absolute	,106	
	Positive	,106	
	Negative	-,057	
Test Statistic		,106	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,013 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,240 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,229
		Upper Bound	,251

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode Komlogorov-Smirnov dengan pendekatan Monte Carlo di ketahui nilai signifikansi 0,240 > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Korelasi Rank Spearman

Tabel 1.5 Hasil Uji Korelasi Spearman rank

Correlations

		KenaikanPPN	DayaBeli
Spearman's rho	KenaikanPPN	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	,748
		N	91
	DayaBeli	Correlation Coefficient	-,034
		Sig. (2-tailed)	,748
		N	91

Sumber: Data Diolah

Hasil perhitungan uji korelasi *spearman rank* diatas dengan menggunakan SPSS versi 25.00 dapat dilihat pada tabel diatas, maka diketahui nilai korelasi *spearman rank* antara variabel (x) kenaikan PPN terhadap variabel (y) daya beli menunjukkan angka sebesar -0,034. Angka -0,034 ini mengindikasikan hubungan yang sangat rendah. Angka koefisien korelasi tersebut menunjukkan angka negatif, maka dapat diketahui bahwa arah hubungan variabel kenaikan PPN terhadap bariabel Daya Beli berhubungan negatif.

Uji Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono uji regresi dimanfaatkan untuk mendapatkan pemahaman tentang berapa tinggi nilai variabel dependen jika nilai variabel independen dimanipulasi atau di ubah. Pada penelitian ini digunakan satu variabel dependen dan satu variabel independen (Sugiyono, 2021)

Tabel 1.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,467	3,062		8,317	,000
	KenaikanPPN	,096	,147	,069	,655	,514

a. Dependent Variable: DayaBeli

Sumber: Data Diolah

Dari hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta (a) adalah 25,467 dan koefisien determinasi dari regresi variabel kenaikan ppn sebesar 0,096.

Uji Koefisien Determinasi

Sugiyono menyatakan bahwa koefisiendeterminasi bermanfaat untuk mengevaluasi dampak variasi variabel dengan menggunakan metode statistik, koefisien determinasi dihitung melalui pengkuadratan koefisien hubungan yang sudah ditentukan, lalu dikalikan dengan 100%.(Sugiyono, 2021)

Tabel 1.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.069 ^a	.005	-.006	2,920

a. Predictors: (Constant), KenaikanPPN

b. Dependent Variable: DayaBeli

Sumber: Data Diolah

Dengan begitu diketahui *R square* atau koefisien determinasi adalah 0,5% maka nilai tersebut artinya tingkat pengaruh variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) jika diinterpretasikan pada koefisien determinasi memiliki tingkat pengaruh yang sangat rendah. Sedangkan sisanya yaitu 99,5% (100% - 0,5%) dari variabel Daya Beli dipengaruhi oleh variabel lainnya (faktor lainnya) yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji T)

Hipotesis menurut Sugiyono yaitu Sementara ini, respon terhadap rumusan masalah penelitian dianggap provisional karena didasarkan pada landasan teori yang sesuai, tetapi belum didukung oleh informasi empiris yang diambil dari pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesis dapat dianggap sebagai respons teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, namun belum mencerminkan jawaban yang didasarkan pada fakta empiris.

Tabel 1.8 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,467	3,062		8,317	,000
	KenaikanPPN	,096	,147	,069	,655	,514

a. Dependent Variable: DayaBeli

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis t (parsial) yang dapat dilihat pada tabel diatas, yang didasari oleh teori t_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel} dan tingkat signifikansi 5%. Hasil analisis pengujian variabel kenaikan PPN terhadap Variabel daya beli diperoleh nilai t hitung untuk kenaikan ppn 11% sebesar 0,655 dengan signifikan 0,514. Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan sebesar 89 didapat dari $dk = n - k - 1$. Sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,98698 analisis uji t tersebut dapat dituliskan sebagai berikut:

$T_{hitung} 0,655 < t_{tabel} 1,98698$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh pada kenaikan PPN 11% terhadap daya beli.

PEMBAHASAN

Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 11% Pada Industry Otomotif Mobil

Sebelumnya tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2009 pasal 7 yang menyatakan bahwa tarif PPN yang berlaku adalah sebesar 10%. Selanjutnya tarif PPN terbaru diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 BAB IV Pasal 7, yang menyatakan bahwa tarif

PPN naik menjadi 11% yang mulai berlaku 1 April 2022, dan 12% yang mulai berlaku paling lambat pada 1 Januari 2025. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7, 2021)

Berdasarkan kuesioner mengenai variabel kenaikan PPN (x) diperoleh hasil menurut 91 responden yang menjawab sangat setuju yaitu sebesar 28,4%, responden yang menjawab setuju yaitu sebesar 58,9%, responden yang menjawab kurang setuju yaitu sebesar 11%, responden yang menjawab tidak setuju yaitu sebesar 1,8%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju yaitu sebesar 0%. Pada kuesioner variabel x terdapat pernyataan dengan score tertinggi sebesar 385 yaitu pada pernyataan kebijakan fiskal berguna untuk menjaga pengeluaran dan penerimaan negara agar tercipta kestabilan konsumsi masyarakat, sedangkan score terendah sebesar 366 terdapat pada pernyataan kenaikan tarif PPN menjadi 11% dapat mempercepat pemulihan ekonomi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju terhadap variabel kenaikan PPN pada industry otomotif mobil

Daya Beli Masyarakat Setelah Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 11% Pada Industry Otomotif Mobil

Pembebanan kenaikan PPN pada industry otomotif berdampak kepada daya beli konsumen terhadap pembelian mobil, artinya semakin besar nilai jual sebuah kendaraan yang dibebankan PPN maka secara signifikan akan berdampak terhadap daya beli konsumen.

Berdasarkan kuesioner mengenai variabel daya beli (y) diperoleh hasil menurut 91 responden dengan persentase sebesar 19,6% responden menjawab sangat setuju, 57,8% responden menjawab setuju, 18,2% responden menjawab kurang setuju, 4,1% menjawab tidak setuju dan 0,3% responden menjawab sangat tidak setuju. Pada kuesioner variabel y terdapat pernyataan dengan score tertinggi sebesar 369 yaitu pada pernyataan jika harga barang meningkat maka daya beli seseorang akan menurun, sedangkan score terendah sebesar 335 terdapat pada pernyataan semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang mempengaruhi semakin tinggi juga daya beli seseorang dalam membeli suatu barang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap variabel daya beli setelah kenaikan PPN pada industry otomotif mobil.

Pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 11% Terhadap Daya Beli Mobil Pada Konsumen di Auto2000 Pasteur

Pembebanan kenaikan PPN pada industry otomotif berdampak kepada daya beli konsumen terhadap pembelian mobil, artinya semakin besar nilai jual sebuah kendaraan yang dibebankan PPN maka secara signifikan akan berdampak terhadap daya beli konsumen.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 38 responden mengenai tentang pencegahan kecurangan menurut (Agoes, 2019) menyatakan bahwa “pencegahan kecurangan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan pengendalian internal, penerimaan pegawai secara ketat, dan meningkatkan keandalan audit internal” dari tanggapan responden tersebut terdapat 52% responden menjawab sangat setuju, 22% responden menjawab setuju, 1% responden menjawab netral, 7% responden menjawab tidak setuju dan 19% responden menjawab sangat tidak setuju dengan pencegahan kecurangan pada Auto2000 di Kota Bandung. Dengan demikian maka pencegahan kecurangan pada Auto2000 di Kota Bandung dilaksanakan dengan sangat baik.

Berikut pembahasan tentang Pengaruh Kenaikan PPN 11% Terhadap Daya Beli Mobil Pada Konsumen Auto2000 Pasteur:

1. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis telah didapatkan bahwa hasil analisis korelasi *spearman rank* menunjukkan angka *Correlation Coefficient* -0,034.

- Maka tingkat kekuatan pada korelasi hubungannya sangat rendah dan berhungan negatif, karena berada pada koefisien korelasi 0,00 – 0,199.
2. Dengan merujuk kepada analisis regresi linear sederhana yang telah dilakukan dapat menghasilkan bentuk persamaan regresi linear yaitu $Y = 25,467 + 0,096X$. Jika variabel Kenaikan PPN (X) = 0, Daya Beli (Y) akan bertambah (konstanta) 25,467. Jika nilai Kenaikan PPN (X) bertambah 1, maka Daya Beli (Y) akan bertambah 0,096. Karena koefisien regresi bernilai positif maka dapat disimpulkan bahwa Kenaikan PPN (X) berpengaruh positif terhadap Daya Beli (Y) sebesar 0,096.
 3. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, kontribusi variabel Kenaikan PPN (X) terhadap Daya Beli (Y) sebesar 0,005 atau 0,5%. Maka presentase pengaruh Kenaikan PPN terhadap daya beli adalah sebesar 0,5%.
 4. Berdasarkan uji $t_{hitung} 0,655 < t_{tabel} 1,98698$. Dimana derajat kebebasan dengan rumus $(dk) = n - k - 1$ maka hasilnya $91 - 1 - 1 = 89$, dan didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,98698. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak, menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara Kenaikan PPN terhadap Daya Beli.

Dari penjabaran di atas maka diketahui bahwa tidak ada pengaruh yang terlihat antara kenaikan PPN 11% Terhadap Daya beli mobil pada Auto2000 Pasteur Bandung. Hal ini ditunjukkan dengan presentase pengaruh kenaikan PPN 11% terhadap daya beli mobil pada auto2000 pasteur bandung sebesar 0,5% sedangkan sisanya adalah 99,5% dari faktor lain yang belum dijelaskan secara mendetail dalam studi ini.

Faktor yang mungkin menjadi penyebab hasil penelitian tidak terdapat pengaruh antara kenaikan PPN terhadap daya beli mobil di Auto2000 Pasteur Bandung yaitu karena berakhirnya insentif Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 42 tahun 2009 pasal 8 ayat 1 menjelaskan bahwa tarif PPnBm diberlakukan paling rendah 10% dan paling tinggi 200%.

Faktor lain yang mungkin menyebabkan penelitian ini menjadi tidak berpengaruh antara lain dikarenakan konsumen tetap memilih untuk membeli mobil walaupun tarif PPN nya naik, kenaikan tarif 1% tidak terlalu memberatkan konsumen Auto2000 Pasteur Bandung dalam membeli kendaraan.

Studi ini juga diperkaya dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Nurul Arfiah Hasibullah, Mursalim, dan Muhammad Su'un) dalam jurnalnya yang menyimpulkan bahwa penerapan PPN tidak memiliki dampak atau signifikansi terhadap daya beli konsumen. Sementara penerapan PPnBm menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan roda empat. Penerapan PKB dengan tarif progresif memiliki dampak positif, meskipun tidak signifikan, terhadap daya beli konsumen kendaraan roda empat. Secara bersamaan, penerapan PPN, PPnBm, dan PKB dengan tarif progresif memiliki dampak positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan roda empat.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti pada penelitian berjudul "Pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 11% Terhadap Daya Beli Mobil Pada Auto2000 Pasteur Bandung," dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan kuesioner mengenai variabel kenaikan PPN (x) diperoleh hasil menurut 91 responden yang menjawab sangat setuju sebesar 28,4%, responden yang menjawab setuju sebesar 58,9%, responden yang menjawab kurang setuju sebesar 11 %, responden yang menjawab tidak setuju sebesar 1,8%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebesar 0%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

- mayoritas responden menjawab setuju terhadap variabel kenaikan PPN pada industry otomotif mobil. Pada kuesioner variabel x terdapat pernyataan dengan score tertinggi sebesar 385 yaitu pada pernyataan kebijakan fiskal berguna untuk menjaga pengeluaran dan penerimaan negara agar tercipta kestabilan konsumsi masyarakat.
2. Berdasarkan kuesioner mengenai variabel daya beli (y) diperoleh hasil menurut 91 responden dengan persentase sebesar 19,6% responden menjawab sangat setuju, 57,8% responden menjawab setuju, 18,2% responden menjawab kurang setuju, 4,1% menjawab tidak setuju dan 0,3% responden menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju terhadap variabel daya beli setelah kenaikan PPN pada industry otomotif mobil. Pada kuesioner variabel y terdapat pernyataan dengan score tertinggi sebesar 369 yaitu pada pernyataan jika harga barang meningkat maka daya beli seseorang akan menurun.
 3. Tidak adanya pengaruh pada kenaikan pajak pertambahan nilai (PPN) 11% terhadap daya beli mobil pada auto2000 pasteur Bandung. Dimana derajat kebebasan dengan rumus $(dk) = n-k-1$ maka hasilnya $91-1-1 = 89$, dan didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,98698. Berdasarkan uji $t_{hitung} 0,655 < t_{tabel} 1,98698$ dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat pengaruh antara Kenaikan PPN terhadap Daya Beli.

REFERENSI

- Abdullah. (2016).** *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Andi. (2013).** *Perpajakan Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: TMbooks.
- Ayu, S., & Luh, N. (2017).** Pengaruh PPN, PPnBM, Dan PKB Tarif Progresif Pada Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Desy, Revi, & Yudi. (2021).** Pengaruh Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Daya Beli Konsumen Barang Elektronik Di Pasar Batusangkar. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Dharmesta, B. S. (2015).** *Manajemen Perusahaan - Analisis Perilaku Konsumen*.
- Ghozali, M. P. (2018).** Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25.
- Indirayuti, A. (2019).** Pengaruh PPN dan PKB Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Kendaraan Roda Empat di Yogyakarta). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*.
- Mardiasmo. (2018).** *Perpajakan Edisi Terbaru*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Nurul, Mursalim, & Su'un. (2020).** Analisis Pengaruh PPN, PPnBM, dan PKB Dengan tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat di Makassar. *Journal of Accounting Finance (JFA)*.
- Putri, L. T. (2022).** Pengaruh Pemahaman Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor di Wilayah Jawa Timur.
- Rahayu, S. K. (2017).** *Perpajakan (konsep dan Aspek Formal)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Resmi, S. (2019).** *Perpajakan Teori & Kasus*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

- Riftiasari. (2019).** Pengaruh Retritusi Kelebihan Pembayaran Pajak Pertambahan Nilai Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Penjaringan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 63-68.
- Rudy Gunawan, d. (2023).** *Hukum Pajak Di Indonesia*. Sada Kurnia Pustaka.
- Salma, & Ajimat. (2022).** Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai, dan Pajak Kendaraan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*.
- Salman, K. R. (2017).** *Perpajakan PPh dan PPN*. Jakarta: PT Indeks.
- Sinambela, L. P. (2014).** *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2020).** *Metodologi Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021).**
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 28. (2007).** *Tentang perubahan ketiga atas Undang - Undang nomor 6 Tahun 1983 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan*. Jakarta: Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia.
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 8. (1983).** *Tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah*. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42. (2009).** *Perubahan Ketiga Atas Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1983 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa Dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah*. Jakarta: Dewan Perwakilan Rakyat.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7. (2021).** *Harmonisasi Peraturan Perpajakan*. Jakarta: Presiden Republik Indonesia.