PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR (STUDI KASUS KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT)

Anissa Rosiana[1], Ratih Kumala[2*]
Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Indonesia
Email : anissarosiana2@.com[1] , rhaty07@gmail.com[2]

*Corresponding Author

ARTICLE INFO

Keywords
Value added tax, Sales tax on luxury goods, Consumer purchasing power, Four-wheeled motor vehicles

ABSTRACT

The number of motorized vehicles such as sedans, jeeps, minibuses, as well as trucks and pickups, experienced an increase in 2021. Value Added Tax and Sales Tax on Luxury Goods (PPnBM) are imposed to balance the tax burden on low-income consumers and high-income consumers. The purpose of this research is to determine the effect of value added tax and sales tax on luxury goods on the purchasing power of motorized vehicle consumers. The research was conducted using quantitative methods with data collection through questionnaire distribution. The research population was 100 taxpayers of four-wheeled motor vehicles, with a sample of 50 respondents who were selected using the Slovin formula. The results showed that based on the results of the t-test, the p-value (significance level) of the value added tax is 0.002, which means that the value added tax has a significant positive effect on the purchasing power of four-wheeled motorized consumers, so H1 is rejected. The p-value of sales tax on luxury goods is 0.000, which means that sales tax on luxury goods has a significant positive effect on the purchasing power of consumers of four-wheeled motor vehicles, so H2 is accepted. Meanwhile, the results of the f test produce a p-value (significance level) of 0.000, which means that the value added tax and sales tax on luxury goods simultaneously have a significant positive effect on the purchasing power of consumers of four-wheeled motor vehicles, so H3 is accepted.

PENDAHULUAN

Dalam melakukan penyelenggaraan untuk membangun suatu negara, pastilah diperlukan biaya. Salah satu upaya yang harus dilakukan pemerintah untuk mendapatkan pendanaan adalah dengan memaksimalkan potensi pendapatan dari negara Indonesia itu sendiri, salah satunya berasal dari pajak (Amanda Indirayuti, 2019). Di mana, pajak adalah sumber pendapatan terbesar negara Indonesia. Pajak adalah iuran pribadi dan harus disetor ke Perbendaharaan untuk mendanai pengeluaran pemerintah yang berkaitan dengan pembangunan dan peningkatan kepentingan umum (I Dewa Made Sutedja, 2019).

Dalam hal ini, Kendaraan Bermotor merupakan Barang Kena Pajak yang dalam penyerahannya dikenakan Pajak Pertambahan Nilai. Berdasarkan Undang-undang No.8 Tahun 1983 sebagaimanai telah diubah dengan Undang-undang No.11 Tahun 1994 dan Undang- undang No.42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahani Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Pertambahan Nilai dikenakan atas:

1. penyerahan Barang Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha;
2. impor Barang Kena Pajak;
3. penyerahan Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha;
4. pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
5. pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
6. ekspor Barang Kena Pajak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak;
7. ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak; dan h. ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak. Selain itu, kendaraan bermotor juga termasuk kedalam Barang

Kena Pajak yang tergolong mewah. Sehingga, disamping dikenakannya Pajak Pertambahan Nilai dikenai juga Pajak Penjualan atas Barang Mewah. Sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1), Pajak Penjualan atas Barang Mewah dikenakan atas: a. penyerahan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah yang dilakukan oleh pengusaha yang menghasilkan barang tersebut di dalam Daerah Pabean dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya; dan b. impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah.

Dalam pasal 5 ayat (2) Undang-undang No.42 Tahun 2009, Pajak Penjualan atas Barang Mewah dikenakan hanya 1 (satu) kali pada waktu penyerahan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah oleh pengusaha yang menghasilkan atau pada waktu impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah. Pada pasal 5 Undang-undang Pajak Pertambahan Nilai, dijelaskan bahwa tujuan penerapan PPnBM yaitu untuk menyeimbangkan pembebanan pajak antara konsumen yang berpenghasilan rendah dan konsumen yang berpenghasilan tinggi.

Hal ini dikaitkan dengan dampak regresif pada PPN, dimana semakin tinggi kemampuan konsumen, akan semakin ringan beban pajak yang dipikul, sebaliknya semakin rendah kemampuan konsumen, maka semakin berat beban pajak yang dipikul (Vina Delvia Aditia, 2018) Dengan dikenakannya pajak tambahan berupa Pajak Penjualan atas Barang mewah terhadap konsumen yang mengkonsumsi Barang Kena Pajak yang tergolong mewah, maka dampak regresif diharapkan mampu ditekan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu barang adalah daya beli. Maka, dalam kasus yang telah di jelaskan diatas, penulis tertarik meneliti terkait kendaraan bermotor roda empat. yang dalam penyerahan barang kena dikenakan Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.

Dari uraian di atas, maka judul penelitian Skripsi yang diusung penulis yaitu **"PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR (STUDI KASUS KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT)".**

KAJIAN PUSTAKA

1. **Teori Dasar Pajak :** Menurut Rochmat Soemitro dalam Dwikora Harjo (2019: 5) mendefinisikan: "Pajak adalah iuran rakyat kepada Kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum".
2. **Fungsi Budgetair (Fungsi Anggaran) :** Negara membutuhkan sumber daya keuangan untuk menjalankan misi negara sehari-hari dan melaksanakan pembangunan. Salah satu biaya tersebut dapat diperoleh dari dana pajak. Fungsi anggaran disebut juga fungsi fiskal (fiscal function),

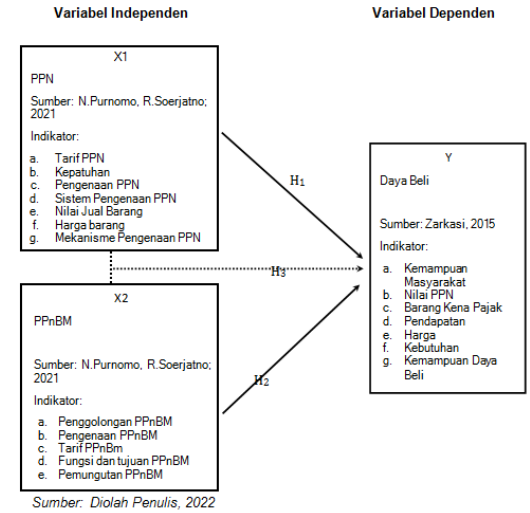
menggunakan pajak sebagai alat untuk membawa dana publik ke dalam keuangan berdasarkan undang-undang perpajakan yang berlaku. Fungsi Regulerend (Fungsi Mengatur). Fungsi ini adalah fungsi tambahan, yaitu dimana pemerintah menggunakan pajak sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu. Terdapat dua penerapan fungsi ini, yaitu penerapan fungsi secara positif dan penerapan fungsi secara negatif (Marihot Pahala Siahaan, 2010: 44).

3. **Pajak Pusat :** Pajak pusat adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat berdasarkan undang-undang bahwa pemerintah pusat memiliki kewenangan untuk mengenakan pajak. Yang termasuk pajak pusat adalah Pajak Penghasilan, Pajak pertambahan Nilai, Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Bea Materai, dan Bea masuk, Pajak Ekspor dan Cukai.
4. **Pengertian Pajak Pertambahan Nilai :** Menurut Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa di dalam daerah pabean dan dipungut secara bertahap pada setiap lini produksi dan distribusi (N. Purnomo, R.Soerjatno, 2021). Sedangkan Sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 42, Pasal 7 (2) Tahun 2009, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dipungut atas konsumsi Barang Kena Pajak di dalam daerah pabean. (N. Purnomo, R.Soerjatno, 2021).
5. **Pajak Penjualan atas Barang Mewah :** Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) adalah pajak yang dikenakan atas transaksi Barang Kena Pajak (BKP) yang tergolong barang mewah yang diproduksi di dalam negeri dan di luar negeri (N. Purnomo, R.Soerjatno, 2021). PPnBM diatur dalam hukum yang sama dengan PPN karena tidak mungkin ada tanpa pemungutan PPN sebelumnya (N. Purnomo, R.Soerjatno, 2021).
6. **Daya beli :** Menurut Zarkasi (2015: 69-70) daya beli adalah: "Kemampuan orang untuk membelanjakan uangnya untuk barang dan/atau jasa." Daya beli atau permintaan terhadap barang konsumsi juga didefinisikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan oleh konsumen yang memiliki kesempatan untuk membeli dan berbagi tingkat harga (Zarkasi, 2015: 69-70).

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas penelitian ini adalah PPN (X1) dan PPnBM (X2). Sedangkan untuk variabel terikatnya yaitu daya beli Konsumen Kendaraan bermotor roda empat (Y). Dari uraian diatas, terdapat Kerangka teori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar II. 1 Kerangka Teori



Sumber: Diolah Penulis, 2022

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang tidak ada hubungannya dengan kenyataan, sehingga peneliti tidak berinteraksi pada apa yang sedang dipelajari (positivis). Jenis penelitian yang dilakukan yaitu penelitian Verifikatif atau Penelitian Eksplanasi bertujuan untuk menguji kebenaran dengan menguji hipotesis tentang sebab dan akibat antara variabel yang diteliti. Selain itu berdasarkan tempat pelaksanaannya, penelitian ini juga menggunakan penelitian lapangan dan perpustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

		Daya Beli Konsumen	Pajak Pertambahan Nilai	Pajak Penjualan atas Barang Mewah
Daya Beli Konsumen	Pearson Correlation	1	.625**	.768**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000
	N	50	50	50
Pajak Pertambahan Nilai	Pearson Correlation	.625**	1	.511**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000
	N	50	50	50
Pajak Penjualan atas Barang Mewah	Pearson Correlation	.768**	.511**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	
	N	50	50	50

Dari data hasil analisis korelasi diatas, nilai pearson correlation Pajak Pertambahan Nilai sebesar 0.625, artinya adalah hubungan antara Pajak Pertambahan Nilai dengan Daya Beli Konsumen itu masuk kategori kuat dengan bentuk korelasi linear positif. Kemudian untuk nilai pearson correlation Pajak Penjualan Atas Barang Mewah sebesar 0.768, artinya adalah hubungan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah dengan Daya Beli Konsumen itu juga masuk kategori kuat dengan bentuk korelasi yang linear positif juga.

Berbeda dengan hubungan antara Pajak Pertambahan Nilai dengan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah. Nilai pearson correlation nya sebesar 0.511, artinya hubungan antara Pajak Pertambahan Nilai dengan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah itu masuk kedalam kategori sedang dengan bentuk korelasi linear positif.

Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815a	0.663	0.649	0.23877

a. Predictors: (Constant), Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Pertambahan Nilai

Dari hasil uji koefisien determinasi diatas, terdapat nilai Adjusted R Square 0.649. Artinya variasi pada semua variabel independen dapat mempengaruhi perubahan variabel dependen sebesar 0,649 (64,9%). Sisanya 35,1% dipengaruhi oleh variabel selain penelitian ini.

Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.283	2	2.642	46.336	.000[b]
	Residual	2.680	47	0.057		
	Total	7.963	49			

a. Dependent Variable: Daya Beli Konsumen

b. Predictors: (Constant), Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Pertambahan Nilai

Dari hasil Uji F diatas, terdapat hasil nilai sig = 0.000. Dengan kata lain, variabel Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Daya Beli Konsumen kendaraan bermotor roda empat. Karena nilai sig 0.000 < 0.05 maka H3 diterima.

Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.829	0.386		2.147	0.037
	Pajak Pertambahan Nilai	0.329	0.103	0.315	3.197	0.002
	Pajak Penjualan atas Barang Mewah	0.498	0.081	0.607	6.169	0.000

a. Dependent Variable: Daya Beli Konsumen

Dari hasil analisis Uji T di atas terdapat nilai sig untuk pajak petambahan nilai sebesar 0.002. Maka dapat dikatakan bahwa pajak pertambahan nilai berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat, karena nilai sig 0 .002 < 0,05 sehingga H1 ditolak.

Kemudian untuk variabel pajak penjualan atas barang mewah nilai sig-nya 0.000, maka dapat dikatakan juga bahwa pajak penjualan atas barang mewah berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat. Karena nilai sig 0.000 < 0.05, sehingga H2 diterima.

Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
*Daya Beli Konsumen * Pajak Pertambahan Nilai*	Between Groups	(Combined)	4.747	11	0.432	5.098	0.000
		Linearity	3.114	1	3.114	36.787	0.000
		Deviation from Linearity	1.633	10	0.163	1.929	0.071
	Within Groups		3.216	38	0.085		
	Total		7.963	49			

Berdasarkan tabel di atas, nilai sig linearity 0.000 < 0.05 maka Pajak Pertambahan Nilai dengan Daya Beli Konsumen memiliki hubungan yang linear.

Pembahasan

1. Pengaruh pajak pertambahan nilai terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor (studi kasus kendaraan bermotor roda empat).

Berdasarkan pada uji t, didapati nilai sig untuk pajak petambahan nilai sebesar 0.002. Maka dapat dikatakan bahwa pajak pertambahan nilai berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat, karena nilai sig 0.002 < 0,05 sehingga H1 ditolak. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh I Dewa Made Sutedja (2019), Ida Ayu Putri Ratnasari dan Putu Ery Setiawan (2016), Noviane Claudya Pinkan Sambur (2015), dan Nurul Arfiah Hasibullah, Mursalim Mursalim, Muhammad Su'un (2020) yang dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa pengenaan PPN berpengaruh negatif signifikan terhadap daya beli konsumen.

Masyarakat secara tidak langsung dikenai PPN saat mengkonsumsi barang dan jasa, dalam hal ini kendaraan roda empat. Memiliki kendaraan roda empat tentu menambah gengsi pemiliknya. Saat membeli kendaraan roda empat, masyarakat mengutamakan kualitas kendaraan yang dibeli. Semakin baik kualitas kendaraan, semakin tinggi reputasi pemiliknya dan tentu saja semakin tinggi harga kendaraan. Oleh karena itu, nilai PPN akan dibebankan ke kendaraan.

2. Pengaruh pajak penjualan atas barang mewah terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor (studi kasus kendaraan bermotor roda empat).

Berdasarkan pada uji t, pajak penjualan atas barang mewah nilai sig-nya 0.000, maka dapat dikatakan juga bahwa pajak penjualan atas barang mewah berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat. Karena nilai sig 0.000 < 0.05, sehingga H2 diterima.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sang Ayu Putu Devi Pramesti dan Ni Luh Supadmi (2017) bahwa PPnBM mempunyai pengaruh positif signifikan pada daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat. Semakin mewah kendaraan tersebut yang mana otomatis PPnBM nya juga tinggi, maka akan berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. Prestise dan daya beli menentukan pembelian sebuah mobil. Meski PPnBM tidak dipahami dengan baik oleh semua orang, hal itu tidak mengurangi niat beli karena membutuhkan ketenaran sebagai penegasan status sosial.

3. Pengaruh pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor (studi kasus kendaraan bermotor roda empat).

Berdasarkan hasil dari uji f, terdapat hasil nilai sig = 0.000. Dengan kata lain, variabel Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Daya Beli Konsumen kendaraan bermotor roda empat. Karena nilai sig 0.000 < 0.05 maka H3 diterima.

variasi pada semua variabel independen dapat mempengaruhi perubahan variabel dependen sebesar 0,649 (64,9%). Sisanya 35,1% dipengaruhi oleh variabel selain penelitian ini. Hal ini mengacu pada hasil uji koefisien determinasi, yang terdapat nilai Adjusted R Sequare 0.649.

Pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah dikenakan terhadap suatu barang kena pajak. Dalam hal ini kendaraan bermotor roda empat. Kendaraan motor

merupakan barang kena pajak, yang pastinya dikenakan pajak pertambahan nilai atas pembeliannya. Tidak hanya itu, kendaraan bermotor juga termasuk barang mewah, dimana setiap barang kena pajak yang bersifat mewah maka dikenakan pajak penjualan atas barang mewah. Semakin bagus kualitas barang maka semakin tinggi pula pajaknya. Semakin bagus kualitas barangnya maka semakin tinggi pula daya beli konsumennya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada seluruh data yang telah dikumpulkan dan pengujian terhadap permasalahan pada analisis data, maka dapat disimpulkan.

1. Besarnya pengaruh pajak pertambahan nilai sebesar 3.197 atau 31.97% dan berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat. Masyarakat secara tidak langsung dikenai PPN saat mengkonsumsi barang dan jasa, dalam hal ini kendaraan roda empat. Memiliki kendaraan roda empat tentu menambah gengsi pemiliknya. Saat membeli kendaraan roda empat, masyarakat mengutamakan kualitas kendaraan yang dibeli. Semakin baik kualitas kendaraan, semakin tinggi reputasi pemiliknya dan tentu saja semakin tinggi harga kendaraan. Oleh karena itu, nilai PPN akan dibebankan ke kendaraan.
2. Besarnya pengaruh pajak penjualan atas barang mewah sebesar 6.169 atau 61.69% dan berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat. Semakin mewah kendaraan tersebut yang mana otomatis PPnBM nya juga tinggi, maka akan berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. Prestise dan daya beli menentukan pembelian sebuah mobil. Meski PPnBM tidak dipahami dengan baik oleh semua orang, hal itu tidak mengurangi niat beli karena membutuhkan ketenaran sebagai penegasan status sosial.
3. Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Daya Beli Konsumen kendaraan bermotor roda empat. variasi pada semua variabel independen dapat mempengaruhi perubahan variabel dependen sebesar 0,649 (64,9%). Sisanya 35,1% dipengaruhi oleh variabel selain penelitian ini. Pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah dikenakan terhadap suatu barang kena pajak. Dalam hal ini kendaraan bermotor roda empat. Kendaraan motor merupakan barang kena pajak, yang pastinya dikenakan pajak pertambahan nilai atas pembeliannya. Tidak hanya itu, kendaraan bermotor juga termasuk barang mewah, dimana setiap barang kena pajak yang bersifat mewah maka dikenakan pajak penjualan atas barang mewah. Semakin bagus kualitas barang maka semakin tinggi pula pajakpenjualan atas barang mewahnya. Semakin bagus kualitas barangnya maka semakin tinggi pula daya beli konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Anshori, Muslich dan Sri Iswati (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Airlangga University Press

Djaali (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Bumi Aksara

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.

Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Harjo, Dwikora (2019). Pengantar Perpajakan edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media Kacaribu, Alemina Henuk (2020). Pengantar Ilmu Administrasi. Yogyakarta: ANDI Mukhtazar (2020). Prosedur Penelitian Pendidikan. Yogyakarta: Absolute Media

N. Purnomo, R.Soerjatno (2021). PPN & PPnBM (Pajak Pertambahan Nilai & Pajak Penjualan Atas Barang Mewah). (t.t.): Nas Media Pustaka

Revida, Erika et al (2020). Teori Administrasi Publik. (t.t.): Yayasan Kita Menulis

Roflin, Eddy et al (2021). Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran.

Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management

Saragih, Megasari Gusandra et al (2021). Metode Penelitian Kuantitatif: Dasar – Dasar Memulai Penelitian. (t.t): Yayasan Kita Menulis

Zarkasi (2015). Pengangguran, Inflasi, dan Daya Beli. Pontianak: STAIN Pontianak Press

Jurnal

Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi (2021). "Jumlah kendaraan bermotor umum dan bukan umum untuk bpkb menurut cabang pelayanan di Jawa Barat 2018" https://bekasikab.bps.go.id/statictable/2021/07/06/2069/jumlah-kendaraan- bermotor-umum-dan-bukan-umum-untuk-bpkb-menurut-cabang-pelayanan-di- jawa-barat-2018.html . Diakses 30 Maret 2022

Direktorat Jenderal Kependudukan dan Sipil (2022). "273 Juta Penduduk Indonesia Terupdate Versi Kemendagri". Diakses pada https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1032/galleryVideo . Diakses 18 Mei 2022

Erawati, Riski. 2017. PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN PAJAK PENJUALATAN ATAS BARANG MEWAH (PPnBM) TERHADAP DAYA BELI

KONSUMEN (Studi Empiris Kendaraan Bermotor Roda Empat Wilayah Kota Kediri).

(Simki-Economic Vol. 01 No. 05)

Gaikindo (2022). "GAIKINDO: Penjualan Mobil per November Tembus 790 Ribu Unit". Diakses pada https://www.gaikindo.or.id/gaikindo-penjualan-mobil-per-november- tembus-790-ribu-unit/. Diakses 30 Maret 2022

Hasibullah, Nurul Arfiah et al. 2020. ANALISIS PENGARUH PPN, PPNBM, DAN PKB DENGAN TARIF PROGRESIF TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT DI MAKASSAR. (Journal Of Accounting

& Finance (Jaf), Vol. 1 No. 1)

Indirayuti , Amanda. 2019. PENGARUH PPN DAN PKB TARIF PROGRESIF TERHADAP

DAYA BELI KONSUMEN (Studi Empiris Pada Konsumen Kendaraan Roda Empat di Yogyakarta) . (Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara, Vol. 1 No. 1)

Jannah, Niken Miftakhul dan Ni Luh Supadmi. 2021. THE EFFECT OF THE IMPOSITION OF VALUE ADDED TAX AND SALES TAX ON GOODSLUXURY FOR

CONSUMER PURCHASING POWER. (American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR), Volume-5, Issue-4, pp-432-437)

Kasim, Elsie Sylviana. 2020. INFLUENCE OF SALES TAX ON LUXURY GOODS INCREASE ON CONSUMER SPENDING OF MOTOR VEHICLES. (Advances in

Economics, Business and Management Research, volume 160 Proceedings of the International Conference on Business and Management Research)

KJRI Frankfurt. "Sekilas Tentang Indonesia". Diakses pada https://www.indonesia-frankfurt.de/pendidikan-budaya/sekilas-tentang-budaya-indonesia/#:~:text=Indonesia%20adalah%20negara%20kepulauan%20terbesar,merupakan%20pulau%20utama%20di%20Indonesia. Diakses 30 Maret 2022

Kompas.com (2022). "Daya Beli Mulai Membaik, Penjualan Mobil Tumbuh 58 Persen pada Januari 2022". https://money.kompas.com/read/2022/02/16/080800026/daya- beli-mulai-membaik-penjualan-mobil-tumbuh-58-persen-pada-januari-2022.Diakses 30 Maret 2022

Lokadata (2021). "target dan realisasi pajak 2007 2021". Diakses pada https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/target-dan-realisasi-pajak-2007-2021-1603086339m . Diakses 30 Maret 2022

Muhammed, Mona Gafar Omar dan Mashael Abdelrahim Abdelrahman Bahit. 2020. THE IMPACT OF VALUE- ADDED TAX ON THE BEHAVIOR OF THE SAUDI

CONSUMER. (International Journal of Innovation, Creativity and Change, Volume 14, Issue 5)

Pramesti, Sang Ayu Putu Devi dan Ni Luh Supadmi. 2017. PENGARUH PPN, PPnBM, DAN PKB TARIF PROGRESIF PADA DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN

BERMOTOR RODA EMPAT. (E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.18.1: 674-704)

Ratnasari, Ida Ayu Putri Ratnasaridan Putu Ery Setiawan. 2016. PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI DAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR TARIF PROGRESIF TERHADAP DAYA BELI KENDARAANDI DENPASAR. (E-Jurnal

Akuntansi Universitas Udayana Vol.15.2 : 887-914)

Sambur, Noviane Claudya Pinkan. 2015. ANALISIS PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPnBM) TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR.

(Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol 15, No 5)

Sutedja, I Dewa Made. 2019. PENGARUH PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI DAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DENGAN TARIF PROGRESIF TERHADAP DAYA BELI KENDARAAN BERMOTOR DI DENPASAR . (Majalah

Ilmiah Widyacakra , Vol 1 No 02)

Delvia Aditia, Vina. 2018. PENGARUH PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARNG MEWAH TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR DI KOTA BEKASI. (Sekolah Tinggi IlmuEkonomi Jakarta)

Peraturan

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Undang-undang Nomor 42 tahun 2009 Tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah.

Keputusan Menteri Keuangan No.197/PMK.03/2013 PMK. 38/PMK.011/2013