

Judul : Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat (Studi Pada Toyota AUTO 2000 Malang Sukun)

Nama : Dedi Rustandi

NIM : A.2014.1.32804

Abstrak

Pajak merupakan kewajiban yang harus dibayar oleh masyarakat baik pribadi maupun badan dari pendapatan atau penghasilannya kepada pemerintah di tujukan untuk kegiatan pembangunan di segala bidang. Pajak merupakan iuran seseorang yang wajib di bayarkan kepada kas negara, untuk membiayai pengeluaran negara dalam rangka meningkatkan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengenaan pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah terhadap daya beli konsumen. Penelitian ini di lakukan di kantor Toyota AUTO 2000 Malang Sukun yang terdapat di wilayah kota Malang tahun 2018 dengan menjadikan konsumen wajib pajak sebanyak 95 orang sebagai sample dengan rumus slovin. Pengumpulan data di lakukan dengan menyebarkan kuesioner dan teknik analisisnya regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis di ketahui bahwa pengenaan pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah terhadap daya beli konsumen berpengaruh signifikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah berpengaruh secara serempak terhadap daya beli konsumen

Pengenaan pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen, jika pajak pertambahan nilai meningkat maka daya beli konsumen akan meningkat begitu juga pada penjualan pajak barang mewah, apabila pajak penjualan barang mewah meningkat maka daya beli konsumen akan meningkat.

Kata Kunci : Pajak Pertambahan Nilai, PPN, Pajak Penjualan atas Barang Mewah, PPnBM, Daya Beli, Kendaraan Bermotor



Abstract

Tax is an obligation that must be paid by the community, both personal and corporate, from income or income to the government, aimed at development activities in all fields. Tax is a person's contribution that must be paid to the state treasury, to finance state expenditure in order to improve development and community welfare.

The purpose of this study was to determine the effect of value added tax and sales tax on luxury goods on consumer purchasing power. This research was conducted at the Toyota AUTO 2000 Malang Sukun office located in Malang city in 2018 by making 95 taxpayers as samples with Slovin formula. Data collection is done by distributing questionnaires and analysis techniques for multiple linear regression.

Based on the analysis, it is known that the value added tax and sales tax on luxury goods on the purchasing power of consumers has a significant influence. This study shows that value added tax and sales tax on luxury goods affect simultaneously on the purchasing power of consumers

The imposition of value added tax and sales tax on luxury goods has a significant positive effect on consumer purchasing power, if value added tax increases, the purchasing power of consumers will increase as well as the sale of luxury goods tax, if the luxury sales tax increases, the purchasing power of consumers will increase.

Keywords: Value Added Tax, VAT, Sales Tax on Luxury Goods, PPnBM, Purchasing Power, Motor Vehicles

