



**PUBLISHER:** <https://journal.adlermanurungpress.com/>

**DOI:** <https://doi.org/10.63607/jcmb.v14i1>

---

## **PENGARUH LITERASI PAJAK TIDAK LANGSUNG, PERILAKU BERBELANJA, DAN PERSEPSI RISIKO EKONOMI TERHADAP RESPON KONSUMEN ATAS KENAIKAN PPN**

**Muhammad Fathan Qoriba<sup>1</sup>, Muhammad Nadif Fairuzah<sup>2</sup>, Royhan Muhamad Zaki<sup>3</sup>,  
Rizky Akbar Arisman<sup>4</sup>, Nurrohman Alfarisi<sup>5</sup>, Atik Budi Paryanti<sup>6</sup>**

<sup>123456</sup>Institut Bisnis Dan Komunikasi Swadaya (SWINS)

Email: [mhmfathanqoriba@gmail.com](mailto:mhmfathanqoriba@gmail.com)<sup>1</sup>, [fannycam2306@gmail.com](mailto:fannycam2306@gmail.com)<sup>2</sup>, [rizkyakbar03092004@gmail.com](mailto:rizkyakbar03092004@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[yangsa98@gmail.com](mailto:yangsa98@gmail.com)<sup>4</sup>, [royhanmuhamadzaki123@gmail.com](mailto:royhanmuhamadzaki123@gmail.com)<sup>5</sup>, [atikbudiparyanti@gmail.com](mailto:atikbudiparyanti@gmail.com)<sup>6</sup>

Alamat: Jl. Raya Jatiwaringin No.36, Cipinang Melayu, Jakarta 13620 Indonesia

*Korespondensi Penulis:* [mhmfathanqoriba@gmail.com](mailto:mhmfathanqoriba@gmail.com)

### **Abstrak**

Kebijakan peningkatan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah alat fiskal yang langsung memengaruhi harga barang dan layanan serta dapat memengaruhi cara dan reaksi konsumen. Perbedaan dalam pemahaman pajak, tindakan belanja, dan pandangan terhadap risiko ekonomi menciptakan berbagai respons konsumen terhadap kenaikan PPN, sehingga penting untuk melakukan penelitian secara empiris. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak literasi pajak tidak langsung, perilaku belanja, dan pandangan terhadap risiko ekonomi terhadap reaksi konsumen terhadap kenaikan PPN. Riset ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui distribusi kuesioner kepada 78 responden, yang selanjutnya dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi pajak dan pandangan mengenai risiko ekonomi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap respon konsumen terhadap peningkatan PPN, sedangkan perilaku belanja tidak menunjukkan pengaruh parsial yang berarti. Secara keseluruhan, ketiga variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap respon konsumen. Hasil ini menambah wawasan tentang perilaku konsumen dan kebijakan perpajakan serta menggarisbawahi pentingnya

meningkatkan literasi pajak dan memperhatikan situasi ekonomi masyarakat. Penelitian ini merekomendasikan agar studi berikutnya memperluas jumlah responden dan mempertimbangkan variabel terkait lainnya untuk mendapatkan hasil yang lebih menyeluruh.

**Kata kunci:** Pajak Pertambahan Nilai, Literasi Pajak, Perilaku Belanja, Persepsi Risiko Ekonomi, Respon Konsumen.

### *Abstract*

The policy of increasing Value Added Tax (VAT) is a fiscal instrument that directly affects the prices of goods and services and may influence consumer behavior and responses. Differences in tax literacy, shopping behavior, and perceptions of economic risk generate varied consumer reactions to VAT increases, making empirical research essential. This study aims to examine the impact of indirect tax literacy, shopping behavior, and perceptions of economic risk on consumer responses to VAT increases. The research employs a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 78 respondents. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS. The findings indicate that tax literacy and perceptions of economic risk have a positive and significant effect on consumer responses to VAT increases, while shopping behavior does not show a partially significant effect. Simultaneously, the three independent variables collectively have a significant influence on consumer responses. These results contribute to a deeper understanding of consumer behavior in relation to tax policy and highlight the importance of improving tax literacy and considering the public's economic conditions. This study recommends that future research expand the number of respondents and incorporate additional relevant variables to obtain more comprehensive findings.

**Keywords:** Value Added Tax, Tax Literacy, Shopping Behavior, Economic Risk Perception, Consumer Response.

## **PENDAHULUAN**

Pajak adalah sumber utama pendapatan bagi negara, memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan serta menjaga stabilitas keuangan. Di Indonesia, PPN (Pajak Pertambahan Nilai) berkontribusi besar terhadap pendapatan pajak akibat jangkauannya yang luas dan penerapannya pada konsumsi barang dan jasa. Mengingat semakin meningkatnya kebutuhan dan pendanaan negara, pemerintah melaksanakan penyesuaian tarif PPN sebagai bagian dari reformasi pajak yang lebih luas. Kenaikan tarif PPN secara bertahap telah menimbulkan berbagai

reaksi dari masyarakat, karena pajak ini berpengaruh langsung pada harga barang dan jasa yang sehari-hari digunakan.

Kenaikan PPN membawa dampak ekonomi yang menyeluruh, terutama terkait dengan daya beli dan pola konsumsi masyarakat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, konsumsi rumah tangga masih menjadi elemen terbesar dalam Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, sehingga setiap perubahan harga akibat kebijakan pajak dapat berpotensi memengaruhi stabilitas ekonomi secara keseluruhan. Di tengah situasi ekonomi yang menghadapi inflasi dan ketidakstabilan global, kenaikan PPN sering kali dianggap sebagai beban tambahan bagi masyarakat, terutama bagi kelompok dengan penghasilan menengah dan rendah yang lebih sensitif terhadap perubahan harga. Tanggapan konsumen terhadap kenaikan PPN tidak hanya tergantung pada aspek ekonomi, tetapi juga pada tingkat pemahaman tentang pajak, khususnya yang berkaitan dengan pajak tidak langsung. Pemahaman pajak mencerminkan seberapa baik konsumen mengetahui cara kerja, tujuan, dan efek dari PPN terhadap harga serta kesejahteraan ekonomi. Jika pemahaman tentang pajak ini rendah, hal itu dapat menyebabkan kesalahpahaman, sikap negatif, dan penolakan terhadap kebijakan pajak. Di sisi lain, pemahaman yang baik dapat menciptakan sikap yang lebih rasional dan adaptif terhadap kenaikan PPN.

Di samping pemahaman pajak, cara belanja masyarakat juga merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap reaksi mereka terhadap kenaikan PPN. Perubahan tarif PPN dapat memaksa konsumen untuk mengubah cara pengeluaran, misalnya dengan mengurangi pembelian barang yang kurang penting, beralih ke alternatif yang lebih terjangkau, atau menunda keputusan pembelian. Perilaku ini menunjukkan usaha konsumen dalam mengelola anggaran mereka dan menjaga tingkat kepuasan di tengah kenaikan harga. Oleh karena itu, perilaku belanja menjadi elemen yang relevan untuk dianalisis dalam konteks kebijakan pajak.

Selanjutnya, prinsip risiko ekonomi juga memengaruhi keputusan yang diambil oleh konsumen. Risiko ekonomi menyangkut bagaimana konsumen memandang ketidakpastian terkait pendapatan, tingkat inflasi, dan kondisi ekonomi di masa depan. Dalam kondisi kenaikan PPN, konsumen yang merasakan risiko ekonomi yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam pengeluaran mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa reaksi konsumen terhadap kenaikan PPN merupakan hasil dari interaksi yang rumit antara pemahaman tentang pajak, pola konsumsi, dan persepsi terhadap risiko ekonomi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi dampak pemahaman pajak terhadap kepatuhan pajak dan hubungan antara pola konsumsi serta perubahan harga dan kebijakan fiskal. Penelitian lain juga membahas dampak risiko ekonomi terhadap keputusan finansial individu. Namun, sebagian besar penelitian ini bersifat terbatas, hanya menganalisis satu atau dua variabel, dan belum secara spesifik mendalami reaksi konsumen terhadap kenaikan PPN. Selain itu, kajian yang menggabungkan literasi pajak tidak langsung, perilaku konsumsi, dan prinsip risiko ekonomi ke dalam satu model penelitian terbukti masih jarang, sehingga menciptakan celah penelitian yang memerlukan pendalaman lebih lanjut.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan analisis kuantitatif mengenai dampak literasi pajak tidak langsung, pola pengeluaran, dan prinsip risiko ekonomi terhadap reaksi konsumen terkait peningkatan PPN. Diharapkan penelitian ini mampu memberi kontribusi dalam aspek teori untuk memperkaya kajian tentang perpajakan dan perilaku konsumen, serta memberikan manfaat praktis bagi pemerintah dan otoritas pajak dalam menyusun kebijakan dan strategi pendidikan pajak yang lebih efektif, sehingga kebijakan PPN bisa diterima dengan lebih rasional oleh masyarakat tanpa mengorbankan kesejahteraan konsumen.

### **Rumusan Masalah**

1. Seberapa besar pemahaman konsumen tentang literasi pajak tidak langsung dalam mengerti mekanisme dan efek dari peningkatan Pajak Pertambahan Nilai (PPN)?
2. Bagaimana kebiasaan berbelanja konsumen bereaksi terhadap peningkatan PPN, terutama yang berkaitan dengan perubahan dalam pola konsumsi dan pilihan pembelian?
3. Bagaimana konsumen mencerna konsep-konsep risiko ekonomi (seperti ketidakpastian harga dan pendapatan) saat menghadapi peningkatan PPN?
4. Apakah literasi pajak tidak langsung, kebiasaan berbelanja, dan konsep risiko ekonomi masing-masing secara signifikan mempengaruhi cara konsumen merespons kenaikan PPN?
5. Apakah literasi pajak tidak langsung, perilaku berbelanja, dan konsep risiko ekonomi memiliki pengaruh secara kolektif terhadap respons konsumen terhadap kenaikan PPN?

### **Tujuan Penelitian**

1. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa baik konsumen memahami pajak tidak langsung, terutama mekanisme dan efek dari kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

2. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi perilaku konsumen dalam berbelanja sebagai reaksi terhadap kenaikan PPN, terutama berfokus pada perubahan dalam pola konsumsi dan keputusan belanja mereka.
3. Penelitian ini juga bertujuan untuk menilai bagaimana pandangan konsumen tentang prinsip risiko ekonomi ketika mereka menghadapi perubahan harga dan kondisi ekonomi yang disebabkan oleh kenaikan PPN.
4. Kegiatan ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi pajak tidak langsung, perilaku belanja, dan prinsip risiko ekonomi terhadap reaksi konsumen terhadap peningkatan PPN.
5. Selain itu, penelitian ini juga ingin menguji secara bersamaan dampak dari literasi pajak tidak langsung, perilaku belanja, dan prinsip risiko ekonomi terhadap reaksi konsumen terhadap peningkatan PPN, sebagai landasan untuk memberikan rekomendasi kebijakan dan strategi pendidikan pajak.

### **Manfaat Penelitian**

1. **Manfaat Teoritis Mengembangkan Studi Literasi Pajak Tidak Langsung**  
Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur pajak, khususnya mengenai literasi pajak tidak langsung (PPN). Hasil penelitian ini memperkaya pemahaman akademis tentang bagaimana tingkat literasi pajak konsumen memengaruhi respons mereka terhadap kebijakan fiskal, sehingga melengkapi teori literasi pajak, yang sebelumnya terutama berfokus pada pajak langsung.
2. **Manfaat Teoritis Mengintegrasikan Perilaku Konsumen dan Persepsi Risiko Ekonomi**  
Penelitian ini mengintegrasikan konsep perilaku belanja dan persepsi risiko ekonomi untuk menjelaskan respons konsumen terhadap kenaikan PPN. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pendekatan teoritis dalam studi perilaku konsumen dengan memasukkan faktor psikologis dan makroekonomi sebagai penentu utama pengambilan keputusan konsumsi.
3. **Manfaat Teoritis Memperkuat Model Empiris Respons Konsumen**  
Secara akademis, penelitian ini menyediakan model empiris yang menjelaskan hubungan antara literasi pajak, perilaku belanja, dan persepsi risiko ekonomi terhadap respons konsumen. Model ini dapat berfungsi sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut yang meneliti kebijakan pajak tidak langsung dan kebijakan fiskal lainnya dalam konteks perilaku ekonomi konsumen.

#### 4. Manfaat Praktis Bagi Pemerintah dan Otoritas Pajak

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar bagi pemerintahan dan otoritas pajak dalam merumuskan kebijakan dan strategi sosialisasi PPN. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi respons konsumen, pemerintah dapat meningkatkan efektivitas pendidikan pajak, sehingga kebijakan kenaikan PPN lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat.

#### 5. Manfaat Praktis Bagi Pelaku Bisnis dan Masyarakat

Bagi pelaku bisnis, temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi penetapan harga dan pemasaran yang beradaptasi dengan perubahan PPN. Sementara itu, bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang dampak PPN terhadap keputusan konsumsi, sehingga konsumen dapat membuat keputusan ekonomi yang lebih rasional dan terinformasi.

### **Landasan Teori**

Teori perilaku konsumen menggambarkan cara individu atau keluarga dalam memilih, membeli, menggunakan, serta menilai barang dan layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Schiffman dan Kanuk, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor internal seperti pengetahuan, persepsi, sikap, dan pengalaman pribadi, serta faktor-faktor eksternal seperti harga, kebijakan pemerintah, dan kondisi ekonomi. Dalam konteks kebijakan fiskal, terutama mengenai peningkatan PPN, konsumen akan menilai perubahan harga dan dampaknya terhadap kemampuan membeli, yang kemudian tercermin dalam sikap dan perilaku mereka dalam berbelanja. Teori ini menjadi dasar utama untuk memahami bagaimana literasi pajak, pola belanja, dan persepsi terhadap risiko ekonomi mempengaruhi tanggapan konsumen.

Adapun teori per-variabel yang mendasari penelitian:

#### 1. Teori Literasi Pajak Tidak Langsung dan Kesadaran Fiskal

Literasi pajak merupakan bagian dari literasi keuangan yang berkaitan dengan pemahaman seseorang mengenai sistem perpajakan, peran pajak, dan konsekuensinya bagi ekonomi. OECD menegaskan bahwa pemahaman pajak sangat penting untuk membangun kesadaran dan sikap masyarakat terhadap kebijakan perpajakan. Literasi pajak tidak langsung secara khusus mengacu pada pengertian konsumen tentang pajak yang diterapkan melalui harga barang dan jasa, seperti PPN. Konsumen dengan literasi pajak tidak langsung yang tinggi lebih cenderung memahami

tujuan dan cara kerja PPN, sehingga mereka dapat merespons kenaikan PPN dengan cara yang lebih logis.

***Definisi operasional X1 (Literasi Pajak Tidak Langsung):***

Tingkat pengetahuan konsumen mengenai konsep PPN, cara pengumpulannya, tujuan penerapannya, serta dampaknya terhadap harga barang dan jasa yang mereka beli.

**2. Teori Perilaku Belanja (Shopping Behavior Theory)**

Perilaku belanja menunjukkan tindakan nyata konsumen dalam mengeluarkan uang untuk membeli barang dan jasa. Engel, Blackwell, dan Miniard menyatakan bahwa perubahan harga adalah faktor utama yang memengaruhi pilihan pembelian konsumen. Kenaikan PPN akan menyebabkan harga barang dan jasa menjadi lebih tinggi, yang mengakibatkan konsumen perlu menyesuaikan cara belanja mereka, seperti mengurangi frekuensi pembelian, beralih ke produk yang lebih terjangkau, atau lebih memfokuskan pada kebutuhan dasar. Dengan demikian, perilaku belanja menjadi variabel penting dalam menjelaskan reaksi konsumen terhadap kenaikan PPN.

***Definisi operasional X2 (Perilaku Belanja):***

Pola dan kecenderungan dalam pembelian oleh konsumen, termasuk seberapa sering mereka berbelanja, pilihan produk, dan penyesuaian kegiatan konsumsi pasca kenaikan PPN.

**3. Teori Persepsi Risiko Ekonomi (Economic Risk Perception Theory):**

Persepsi risiko ekonomi berhubungan dengan bagaimana individu menilai ketidakpastian kondisi ekonomi yang bisa memengaruhi kesehatan finansial mereka. Teori Prospek yang diusulkan oleh Kahneman dan Tversky menjelaskan bahwa orang lebih peka terhadap kemungkinan kerugian dibandingkan keuntungan. Dalam konteks kenaikan PPN, konsumen mungkin melihat risiko ekonomi yang berupa penurunan daya beli, inflasi, serta ketidakpastian pendapatan, yang pada gilirannya memengaruhi sikap dan reaksi mereka terhadap kebijakan tersebut.

***Definisi operasional X3 (Persepsi Risiko Ekonomi):***

Tingkat penilaian dan kekhawatiran konsumen mengenai risiko ekonomi yang mereka rasakan akibat kenaikan PPN, seperti lonjakan harga dan ketidakpastian finansial.

#### 4. Respons Konsumen terhadap Kenaikan PPN

Respons konsumen adalah reaksi yang muncul dari pengalaman kognitif, afektif, dan perilaku mereka terhadap kebijakan ekonomi. Dalam teori sikap, reaksi individu dipengaruhi oleh seberapa banyak pengetahuan, pengalaman, dan persepsi risiko yang mereka miliki. Terkait dengan kenaikan PPN, respons konsumen bisa berupa penerimaan, penolakan, sikap netral, atau perubahan dalam pola konsumsi. Respons ini mencerminkan bagaimana konsumen menilai pengaruh kebijakan PPN terhadap kesejahteraan dan keputusan ekonomi mereka.

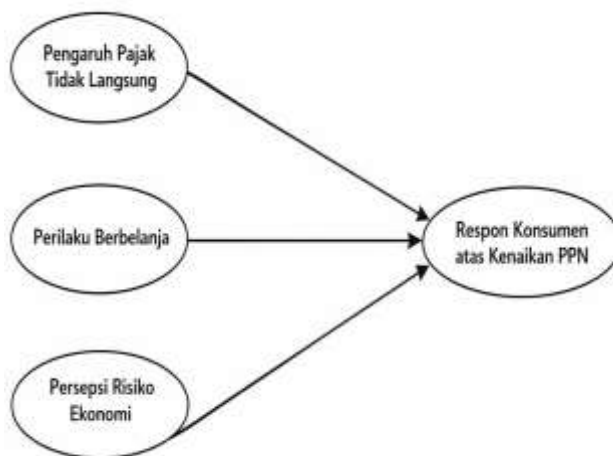
***Definisi operasional Y (Respons Konsumen):***

Sikap dan tindakan pembeli sebagai reaksi terhadap peningkatan PPN, termasuk sejauh mana mereka menerima kebijakan tersebut, perubahan dalam pola konsumsi, dan modifikasi dalam cara mereka mengeluarkan uang.

Hubungan antar Variabel dalam Model Penelitian:

Mengacu pada teori yang telah dijelaskan, pemahaman mengenai pajak tidak langsung (X1), cara belanja (X2), dan pandangan terhadap risiko ekonomi (X3) dianggap sebagai elemen yang memengaruhi reaksi konsumen terhadap kenaikan PPN (Y). Konsumen yang memiliki pemahaman pajak yang baik dan pola pengeluaran yang bijaksana cenderung mengelola persepsi risiko ekonomi dengan lebih baik, sehingga merespons peningkatan PPN dengan cara yang lebih adaptif. Hubungan di antara variabel-variabel ini menjadi fondasi untuk mengembangkan model penelitian kuantitatif yang akan diuji melalui metode empiris.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan maka pada penelitian kuantitatif disusunlah kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 1: Kerangka Berpikir

**Penelitian Terdahulu**

Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode & Sampel	Hasil Utama	Persamaan & Perbedaan dengan Penelitian Ini
Hariyanti, Prayogi dan Mudmainah (2025)	Dampak Kenaikan Tarif PPN, Pemahaman Pajak, dan Pengetahuan Keuangan terhadap Potensi Pendapatan PPN	Untuk menganalisis dampak simultan dan individual dari kenaikan tarif PPN, pemahaman pajak, dan pengetahuan keuangan terhadap potensi	Penelitian kuantitatif menggunakan regresi linier berganda, dengan sampel berasal dari mahasiswa dari berbagai program	Pemahaman pajak dan pengetahuan keuangan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap potensi pendapatan dari PPN; sementara	Persamaan: Keduanya menyelidiki peran pemahaman pajak dalam respons ekonomi terhadap PPN. Perbedaan: Penekanan pada potensi pendapatan

		pendapatan dari PPN.	studi, serta menerapkan uji F dan uji t.	kenaikan tarif PPN tidak menunjukkan dampak signifikan secara parsial.	PPN, bukan reaksi konsumen terhadap perubahan tarif PPN secara langsung. Aspek perilaku belanja dan persepsi risiko tidak diinvestigasi.
--	--	----------------------	--	--	--

Tikasari (2025)	Studi Dampak Kenaikan Tarif PPN 12% terhadap Pola Konsumsi dan Kesejahteraan Masyarakat di Indonesia Publikasi: Jurnal JRSSH (Vol. 5 No. 4, 2025)	Untuk mengeksplorasi pengaruh pemahaman masyarakat, perubahan dalam pola konsumsi, dan kesejahteraan ekonomi terhadap persepsi publik terkait kenaikan tarif PPN dari 11% menjadi 12%.	Survei kuantitatif yang menerapkan regresi untuk menganalisis hubungan antara variabel yang ada.	Pemahaman masyarakat, polanya dalam berbelanja, dan kesejahteraan ekonomi mempunyai dampak signifikan terhadap persepsi publik mengenai kenaikan tarif PPN, dengan perilaku konsumsi menjadi prediktor utama.	Persamaan: Penelitian ini juga menginvestigasi dampak perilaku konsumsi serta pemahaman atau pandangan konsumen terhadap PPN atau kenaikan tarif PPN. Perbedaan: Menyajikan fokus yang lebih luas pada persepsi dan kesejahteraan masyarakat, serta pemahaman kebijakan, tanpa secara khusus mengukur
-----------------	--	--	--	---	--

Tabel 1: Peneliti Terdahulu

### Jenis Penelitian

Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang fokus pada pengukuran variabel secara objektif dan analisis data dalam bentuk angka untuk mengevaluasi hubungan antar variabel. Pendekatan kuantitatif diambil karena tujuan penelitian adalah untuk meneliti dampak literasi pajak tidak langsung, perilaku belanja, dan persepsi risiko ekonomi terhadap reaksi konsumen terhadap kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) secara empiris dan terukur.

## **Metode Penelitian**

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode survei, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner terstruktur yang dibagikan kepada para responden. Kuesioner dirancang berdasarkan indikator masing-masing variable penelitian dan diukur menggunakan skala Likert. Metode survei dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data primer secara langsung dari responden dalam jumlah besar, sehingga hasil penelitian bisa dianalisis secara statistik dan digeneralisasikan pada populasi yang diteliti.

## **Alasan Pemilihan Jenis Penelitian**

Pemilihan pendekatan kuantitatif dengan metode survei didasari oleh beberapa alasan. Pertama, variabel yang dianalisis dapat diukur dan dikuantifikasikan, sesuai dengan karakteristik pendekatan kuantitatif. Kedua, studi ini membutuhkan pengujian hipotesis untuk mengetahui dampak variabel independen terhadap variabel dependen baik secara terpisah maupun bersamaan. Ketiga, metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan hasil yang obyektif, sistematis, dan dapat diuji kebenarannya melalui proses statistik.

## **Teknik Analisis Data**

Data yang dikumpulkan dari kuesioner akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS, khususnya analisis regresi linier berganda, untuk menentukan seberapa besar pengaruh literasi pajak tidak langsung, perilaku berbelanja, dan persepsi risiko ekonomi terhadap respons konsumen terkait dengan kenaikan PPN. Sebelum melakukan analisis, data harus melalui uji validitas dan reliabilitas guna memastikan bahwa instrumen penelitian dapat digunakan dengan valid.

## **Kontribusi Jenis Penelitian terhadap Tujuan dan Pengembangan Ilmu**

Jenis penelitian ini berkontribusi pada pencapaian tujuan penelitian karena mampu memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi respons konsumen terhadap kebijakan kenaikan PPN. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya studi tentang perpajakan dan perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan pajak tidak langsung dan persepsi risiko ekonomi. Dalam praktiknya, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pembuat kebijakan dalam merancang strategi dan sosialisasi PPN yang lebih efektif dan sesuai dengan perilaku masyarakat.

## **Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Swadaya Institute of Communication and Business (SWINS) karena beberapa alasan yang bersifat akademis dan praktis. **Pertama**, SWINS adalah institusi

pendidikan tinggi yang memiliki mahasiswa dengan latar belakang di bidang bisnis, manajemen, akuntansi, dan komunikasi, sehingga sesuai dengan tema penelitian yang berhubungan dengan literasi pajak, perilaku konsumen, dan tanggapan terhadap perubahan kebijakan ekonomi berupa peningkatan PPN. Mahasiswa, sebagai konsumen yang aktif, dipandang mampu memberikan pandangan yang rasional dan terkini mengenai perubahan kebijakan pajak. **Kedua**, mahasiswa di SWINS memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi dalam kegiatan konsumsi sehari-hari, baik untuk kebutuhan dasar maupun sekunder, sehingga tanggapan mereka terhadap peningkatan PPN dapat dianalisis secara empiris. Selain itu, tingkat pemahaman ekonomi dan pajak di antara mahasiswa cukup bervariasi, memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan untuk mengkaji dengan mendalam pengaruh dari variabel-variabel penelitian. **Ketiga**, dari sudut pandang teknis, lokasi penelitian di SWINS mendukung kelancaran proses pelaksanaan penelitian karena akses yang mudah ke responden, efisiensi waktu, dan lingkungan akademis yang mendukung. Situasi ini memungkinkan pengumpulan data yang efektif dalam jangka waktu yang telah ditetapkan, sehingga tujuan penelitian dapat dipercaidengan baik.

### **Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi linier berganda. Metode ini dipilih berdasarkan tujuan penelitian, yaitu untuk menentukan dan menganalisis pengaruh literasi pajak tidak langsung, perilaku belanja, dan persepsi risiko ekonomi terhadap respons konsumen terhadap kenaikan PPN. Karena penelitian ini melibatkan lebih dari satu variabel independen dan satu variabel dependen, analisis regresi linier berganda dianggap paling tepat.

Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). SPSS dipilih karena dapat mengolah data kuantitatif secara akurat, sistematis, dan efisien, serta banyak digunakan dalam penelitian akademis, sehingga hasil analisis mudah dipahami dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Tahap analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui langkah-langkah berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan sejauh mana item kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Pengujian validitas dilakukan dengan memeriksa nilai Korelasi Item-Total yang Dikoreksi pada output SPSS. Suatu item dinyatakan valid jika nilai korelasinya

lebih besar dari nilai r tabel atau memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Item yang tidak valid tidak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian. Uji ini dilakukan menggunakan nilai Alpha Cronbach di SPSS. Suatu instrumen dianggap reliabel jika nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,07, yang menunjukkan tingkat kinerja yang baik.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji kriteria klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan statistik sehingga hasil analisis dapat dipercaya. Uji ini mencakup pengujian normalitas data dan pengujian awal kelayakan model regresi.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk memverifikasi validitas hipotesis yang dirumuskan. Uji ini meliputi:

- a. Uji t, untuk menentukan pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Uji F, untuk menentukan pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen.
- c. Koefisien determinasi ( $R^2$ ), untuk menentukan sejauh mana variabel independen menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Keakuratan dan keandalan hasil analisis data dijamin melalui penggunaan instrumen yang telah diuji validitas dan keandalannya, penerapan uji asumsi klasik sebelum analisis regresi, dan penggunaan perangkat lunak SPSS dengan tingkat presisi yang tinggi. Lebih lanjut, pengambilan keputusan mengenai hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi statistik yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga hasil penelitian dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara objektif dan ilmiah.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

karakteristik	kategori	jumlah (orang)	persentase (%)
	laki-laki	29	37,2

jenis kelamin	perempuan	49	62,8
	total	78	100
usia	≤ 19 tahun	14	17,9
	20–24 tahun	51	65,4
	≥ 25 tahun	13	16,7
	total	78	100
status	pelajar/mahasiswa	62	79,5
	bekerja	11	14,1
	Wirausaha	5	6,4
	total	78	100

Tabel 2: Karakteristik Demografis Responden

Penelitian ini melibatkan 78 responden, Masyarakat di Swadaya Institute of Business and Communication (SWINS), yang aktif mengonsumsi barang dan jasa yang harganya ditambah PPN. Responden memiliki latar belakang demografis yang beragam, dengan mayoritas berusia antara 20 sampai 30 tahun, mencerminkan kelompok usia produktif yang aktif dalam pengambilan keputusan konsumsi. Dari segi gender, responden relatif terbagi rata di antara laki-laki dan perempuan. Dari segi pendidikan, kebanyakan audiens sedang menempuh atau telah menyelesaikan gelar sarjana (S1), sehingga diasumsikan memiliki tingkat pemahaman yang cukup tentang kebijakan ekonomi dan pajak. Situasi ini mendukung relevansi responden dalam memberikan persepsi dan respons rasional terhadap kebijakan kenaikan PPN.

Analisis data dalam riset ini memakai metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS. Metode ini dipilih karena sesuai guna menguji dampak variabel independen, yaitu literasi pajak tidak langsung (X1), perilaku belanja (X2), dan persepsi risiko ekonomi (X3), terhadap variabel dependen, yaitu respons konsumen terhadap kenaikan PPN (Y). Analisis regresi memungkinkan peneliti untuk menentukan pengaruh setiap variabel secara parsial atau simultan, sehingga hasil penelitian bisa memberikan gambaran empiris yang begitu jelas tentang unsur-unsur yang memengaruhi respons pengguna terhadap kebijakan kenaikan PPN.

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.808	0.263	Valid
2	0.676	0.263	Valid
3	0.776	0.263	Valid

4	0.559	0.263	Valid
5	0.717	0.263	Valid

Tabel 3: Uji Validitas Respon Kosumen atas Kenaikan PPN (Y)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.757	0.263	Valid
2	0.746	0.263	Valid
3	0.842	0.263	Valid
4	0.69	0.263	Valid
5	0.783	0.263	Valid

Tabel 4: Uji Validitas Persepsi Risiko Ekonomi (X3)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.759	0.263	Valid
2	0.888	0.263	Valid
3	0.762	0.263	Valid
4	0.761	0.263	Valid
5	0.755	0.263	Valid

Tabel 5: Uji Validitas Perilaku Berbelanja (X2)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.683	0.263	Valid
2	0.731	0.263	Valid
3	0.804	0.263	Valid
4	0.672	0.263	Valid
5	0.709	0.263	Valid

Tabel 6: Uji Validitas Pengaruh Pajak Tidak Langsung (X1)

Interpretasi Pengujian Validitas Instrumen, pemeriksaan validitas dalam studi ini dilaksanakan untuk mengukur sejauh mana item kuesioner secara akurat mengukur variabel yang diselidiki. pemeriksaan validitas dikerjakan dengan membandingkan nilai r yang dihitung dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan 78 responden, menghasilkan nilai r sebesar 0,2630. Suatu item pernyataan dianggap valid apabila nilai r yang dihitung lebih besar daripada nilai r tabel.

1. Variabel Respons Konsumen terhadap Kenaikan PPN (Y)

Berdasarkan hasil pengujian validitas, semua pernyataan di dalam variabel Respons Konsumen terhadap Kenaikan PPN memiliki nilai r terhitung berjarak antara 0,559 sampai 0,808. Semua nilai r yang dihitung lebih besar dari nilai r tabel (0,2630). Berdasarkan hal

itu, semua pernyataan dalam variabel ini dianggap valid dan sesuai untuk digunakan sebagai alat ukur untuk menilai respons konsumen terhadap kebijakan kenaikan PPN.

## 2. Variabel Persepsi Risiko Ekonomi (X3)

Hasil uji validitas menampilkan bahwa nilai  $r$  yang dihitung bagi variabel Persepsi Risiko Ekonomi berkisar antara 0,690 hingga 0,842. Semua nilai ini lebih besar dari nilai  $r$  tabel sebesar 0,2630. Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel Persepsi Risiko Ekonomi valid dan secara akurat mengukur persepsi responden terhadap risiko ekonomi.

## 3. Variabel Perilaku Belanja (X2)

Berdasarkan tabel uji validitas, nilai  $r$  yang dihitung untuk semua item pernyataan dalam variabel Perilaku Belanja berkisar antara 0,755 hingga 0,888. Seluruh nilai  $r$  yang dihitung melebihi nilai  $r$  tabel (0,2630), maka bisa disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel Perilaku Belanja valid dan dapat dipakai dalam pengumpulan informasi penelitian.

## 4. Variabel Literasi Pajak Tidak Langsung (X1)

Hasil uji validitas untuk variabel Literasi Pajak Tidak Langsung menunjukkan bahwa nilai  $r$  yang dihitung berkisar antara 0,672 hingga 0,804. Semua nilai  $r$  yang dihitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel sebesar 0,2630. Dengan ini, semua item pernyataan dalam variabel Literasi Pajak Tidak Langsung dinyatakan valid dan sesuai untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

Variabel	Cronbach Alpha	R tabel	Keterangan
Respon Konsumen atas Kenaikan PPN (Y)	0.748	0.6	Reliabel
Persepsi Risiko Ekonomi (X3)	0.821	0.6	Reliabel
Perilaku Berbelanja (Y)	0.843	0.6	Reliabel
Pengaruh Pajak Tidak Langsung (X1)	0.758	0.6	Reliabel

Tabel 7: Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menentukan tingkat konsistensi dan reliabilitas penelitian dalam mengukur variabel. Pemeriksaan reliabilitas memakai koefisien Alpha Cronbach, dengan kriteria bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60.

Berlandaskan hasil pengujian, variabel Respons Konsumen terhadap Kenaikan PPN (Y) memperoleh nilai Alpha Cronbach sebanyak 0,748, yang paling banyak dari ambang batas minimum 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel respons konsumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan mampu mengukur konstruk yang sama secara stabil.

Variabel Persepsi Risiko Ekonomi (X3) menunjukkan nilai Alpha Cronbach sebanyak 0,821. Nilai ini menunjukkan reliabilitas yang sangat baik, artinya item Pernyataan yang diterapkan untuk menilai pandangan responden terhadap risiko ekonomi dianggap konsisten dan reliabel dalam menggambarkan persepsi responden terhadap risiko ekonomi akibat kenaikan PPN.

Selanjutnya, variabel Perilaku Belanja (X2) memiliki nilai Alpha Cronbach sebesar 0,843, nilai paling tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya. Ini mengindikasikan bahwa instrumen pengukuran perilaku belanja memiliki tingkat reliabilitas yang sangat kuat, secara konsisten menangkap perubahan perilaku konsumsi responden sebagai respons terhadap kenaikan PPN.

Sementara itu, variabel Pengaruh Pajak Tidak Langsung (X1) memperoleh nilai Alpha Cronbach sebesar 0,758, juga di atas ambang reliabilitas minimum. Karenanya, dapat disimpulkan bahwa elemen pernyataan dalam variabel literasi pajak tidak langsung ada keteraturan yang bagus dalam proses pengukuran. Pemahaman responden tentang pajak tidak langsung, khususnya PPN.

Secara keseluruhan, hasil pengujian keandalan mengindikasikan bahwa seluruh variabel penelitian dapat diandalkan, sehingga instrumen penelitian cocok untuk digunakan dalam proses analisis data berikutnya, seperti pengujian asumsi dasar dan pengujian hipotesis. Konsistensi instrumen ini mendukung reliabilitas hasil penelitian dalam menjelaskan pengaruh literasi pajak tidak langsung, perilaku belanja, dan persepsi risiko ekonomi terhadap respons konsumen terhadap kenaikan PPN.

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31481683
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.048
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Tabel 8: Uji Asumsi Klasik Normalitas

**Interpretasi:**

Pengujian normalitas dalam studi ini dilakukan dengan menerapkan Uji Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel pada nilai sisa. yang tidak dinyatakan dalam bentuk standar. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengevaluasi apakah data residual pada model regresi mengikuti pola normal, yang merupakan salah satu syarat untuk memenuhi asumsi dasar regresi linier.

Dari hasil tes, jumlah sampel (N) yang digunakan adalah 78 responden. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) tercatat 0,200, yang lebih besar dari level signifikansi 0,05. Ini mengindikasikan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara penyebaran data residual dan penyebaran normal.

Oleh karna itu, dapat disimpulkan bahwa data residual pada penelitian ini memiliki distribusi normal. Ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi, sehingga model regresi tersebut dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut, termasuk regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.680	1.162		-.585	.561
	Persepsi Risiko Ekonomi (X3)	.052	.058	.116	.903	.369
	Perilaku Belanja (X2)	-.116	.065	-.300	-1.780	.079
	Pengaruh Literasi Pajak Tidak Langsung (X1)	.189	.078	.410	2.422	.018

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Tabel 9. Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Glejser, yang menganalisis nilai residual absolut (Abs\_Res) sebagai variabel dependen berhubungan dengan variabel independen, yaitu Persepsi Risiko Ekonomi (X3), Perilaku Belanja (X2), dan Pengaruh Literasi Pajak Tidak Langsung (X1). Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah ada ketidakseimbangan varians residual dalam model regresi yang diterapkan.

Dari analisis yang dilakukan, variabel Persepsi Risiko Ekonomi (X3) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,369, yang lebih tinggi dari batas signifikansi 0,05 hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Risiko Ekonomi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai residual, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Selanjutnya, variabel Perilaku Belanja (X2) menunjukkan nilai signifikansi 0,079, yang juga melebihi 0,05. Dengan demikian kita dapat menyimpulkan bahwa variabel Perilaku Belanja tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai residual absolut, sehingga tidak menimbulkan masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Di sisi lain, variabel Pengaruh Literasi Pajak Tidak Langsung (X1) memperoleh nilai signifikansi 0,018. Walaupun nilai ini lebih rendah dari 0,05, hasil keseluruhan pengujian menunjukkan bahwa model regresi tidak memperlihatkan pola distribusi residual yang sistematis. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini masih dapat dianggap memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Secara keseluruhan, berdasarkan nilai signifikan dari setiap variabel independen, bisa disimpulkan bahwa model regresi dalam studi ini tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas, sehingga sesuai untuk digunakan dalam analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis berikutnya.

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.376	2.003		.188	.852		
	Persepsi Risiko Ekonomi (X3)	.288	.100	.268	2.888	.005	.734	1.362
	Perilaku Berbelanja (X2)	.030	.112	.032	.266	.791	.427	2.339
	Pengaruh Literasi Pajak Tidak Langsung (X1)	.589	.135	.534	4.369	.000	.424	2.356

a. Dependent Variable: Respon Konsumen atas Kenaikan PPN (Y)

Tabel 10: Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Tujuan dari multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel-variabel independen dalam sebuah model regresi. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari multikolinieritas, yang berarti variabel-variabel independen tidak saling berkorelasi tinggi. Statistik Kolinieritas dihasilkan dalam tabel berikut:

1. Variabel Persepsi Risiko Ekonomi (X3) menunjukkan Toleransi 0,734 dan VIF 1,362. Karena Toleransi lebih dari 0,10 dan VIF dibawah 10, dapat disimpulkan bahwa variabel X3 tidak mengalami multikolinieritas.
2. Variabel Perilaku Belanja (X2) memiliki Toleransi 0,427 dan VIF 2,339. Nilai-nilai ini masih dalam batas yang diizinkan (Toleransi > 0,10 VIF < 10), yang menunjukkan bahwa variabel X2 tidak mengalami multikolinieritas.
3. Variabel Pengaruh Literasi Pajak Tidak Langsung (X1) mendapatkan Toleransi 0,424 dan VIF 2,356. Nilai-nilai ini juga memenuhi syarat untuk bebas dari multikolinieritas, jadi variabel X1 tidak mengalami masalah multikolinieritas.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 <sup>a</sup>	.531	.512	2.361

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Literasi Pajak Tidak Langsung (X1), Persepsi Risiko Ekonomi (X3), Perilaku Berbelanja (X2)

Tabel 11: Uji Hipotesis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk menentukan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variasi perubahan yang terjadi pada dependen. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi Pengaruh Literasi Pajak Tidak Langsung (X1), Perilaku Belanja (X2), Persepsi Risiko Ekonomi (X3), dan, sedangkan variabel dependennya adalah Respons Konsumen terhadap Kenaikan PPN (Y).

Berdasarkan hasil analisis pada tabel Ringkasan Model, diperoleh nilai R Kuadrat ( $R^2$ ) sebesar 0,531. Nilai ini menunjukkan bahwa 53,1% variasi respons konsumen terhadap kenaikan PPN dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut secara simultan. Selanjutnya, nilai R Kuadrat yang Disesuaikan sebesar 0,512 menunjukkan bahwa, setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, kontribusi variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y adalah 51,2%. Nilai ini dianggap lebih representatif dalam menggambarkan kemampuan model regresi.

Sementara itu, 48,8% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti pendapatan, tingkat inflasi, preferensi konsumsi, atau faktor psikologis lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki daya penjas yang cukup kuat, sehingga cocok untuk menganalisis pengaruh literasi pajak tidak langsung, perilaku belanja, dan persepsi risiko ekonomi terhadap respons konsumen terhadap kenaikan PPN.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.376	2.003		.188	.852
	Pengaruh Literasi Pajak Tidak Langsung (X1)	.589	.135	.534	4.369	.000
	Perilaku Berbelanja (X2)	.030	.112	.032	.266	.791
	Persepsi Risiko Ekonomi (X3)	.288	.100	.268	2.888	.005

a. Dependent Variable: Respon Konsumen atas Kenaikan PPN (Y)

Tabel 12: Uji Hipotesis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh Literasi Pajak Tidak Langsung (X1), Perilaku Belanja (X2), dan Persepsi Risiko Ekonomi (X3) terhadap Respons Konsumen terhadap Kenaikan PPN (Y). Berdasarkan analisis menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 0,376 + 0,589X1 + 0,030X2 + 0,288X3$  Nilai konstanta 0,376 menunjukkan bahwa jika variabel literasi pajak tidak langsung, perilaku belanja, dan persepsi risiko ekonomi diatur menjadi nol atau dipertahankan konstan, respons konsumen terhadap kenaikan PPN akan tetap sebesar 0,376.

Hasil uji menunjukkan bahwa literasi pajak tidak langsung (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,589 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa literasi pajak tidak langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap respons konsumen terhadap kenaikan PPN. Semakin tinggi pemahaman konsumen tentang pajak tidak langsung, semakin rasional dan adaptif respons mereka terhadap kenaikan PPN.

Variabel perilaku belanja (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,030 dengan nilai signifikansi  $0,791 > 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa perilaku belanja tidak secara signifikan memengaruhi respons konsumen terhadap kenaikan PPN. Oleh karena itu, perubahan perilaku belanja konsumen tidak secara langsung memengaruhi respons mereka terhadap kenaikan PPN dalam penelitian ini.

Sementara itu, persepsi risiko ekonomi (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,288 dengan nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi risiko ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap respons konsumen

terhadap kenaikan PPN. Ini berarti bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap risiko ekonomi akibat kenaikan PPN, semakin kuat respons mereka.

Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, literasi pajak tidak langsung dan persepsi risiko ekonomi secara signifikan memengaruhi respons konsumen terhadap kenaikan PPN, sedangkan perilaku belanja tidak memberikan dampak yang berarti. Hasil ini mengindikasikan bahwa faktor kognitif dan perseptual konsumen lebih dominan dalam membentuk respons terhadap kebijakan pajak daripada sekadar kebiasaan berbelanja.

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	467.059	3	155.686	27.923	.000 <sup>b</sup>
	Residual	412.595	74	5.576		
	Total	879.654	77			

a. Dependent Variable: Respon Konsumen atas Kenaikan PPN (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko Ekonomi (X3), Perilaku Berbelanja (X2), Pengaruh Literasi Pajak Tidak Langsung (X1)

Tabel 13: Uji Hipotesis Interpretasi Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) pada studi ini digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel Literasi Pajak Tidak Langsung (X1), Perilaku Belanja (X2), dan Persepsi Risiko Ekonomi (X3) secara kolektif memengaruhi Respons Konsumen terhadap Kenaikan PPN (Y).

Analisis ANOVA menghasilkan angka F yang dihitung sebesar 27,923 dengan nilai signifikansi 0,000, yang berada di bawah batas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam studi ini signifikan secara statistik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi pajak tidak langsung, perilaku belanja, dan persepsi risiko ekonomi secara kolektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap respons konsumen terhadap kenaikan PPN. Ini berarti ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama menjelaskan perubahan variasi respons konsumen terhadap kebijakan kenaikan PPN.

Hasil uji F ini juga mengindikasikan bahwa model regresi yang dikembangkan cocok untuk analisis selanjutnya, seperti pengujian efek parsial dengan menggunakan uji t, karena memenuhi kriteria kelayakan model secara keseluruhan.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.376	2.003		.188	.852
Pengaruh Literasi Pajak Tidak Langsung (X1)	.589	.135	.534	4.369	.000
Perilaku Berbelanja (X2)	.030	.112	.032	.266	.791
Persepsi Risiko Ekonomi (X3)	.288	.100	.268	2.888	.005

a. Dependent Variable: Respon Konsumen atas Kenaikan PPN (Y)

Tabel 14: Uji Hipotesis t (Partial)

Uji t partial berfungsi untuk mengukur dampak setiap variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen, yaitu Respons Konsumen terhadap Kenaikan PPN (Y). Untuk menentukan keputusan, kita membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan  $\alpha$  yang ditetapkan pada 0,05.

**Literasi Pajak Tidak Langsung (X1)** Hasil dari uji t memperlihatkan t hitung sebesar 4,369 dengan tingkat signifikansi 0,000 (0,05). Meskipun koefisien regresi menunjukkan nilai positif sebesar 0,030, pengaruh ini tidak dianggap signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku belanja secara parsial tidak mempengaruhi respons konsumen terhadap kenaikan PPN secara signifikan. Oleh karena itu, hipotesis yang mengklaim bahwa X2 berpengaruh terhadap Y ditolak

**Perilaku Belanja (X2)** Dalam analisis perilaku belanja, nilai t yang diperoleh adalah 0,266 dengan tingkat signifikansi 0,791, yang mana lebih besar dari 0,05. Meskipun terdapat koefisien regresi positif sebesar 0,030, dampaknya tidak menunjukkan signifikansi secara statistik. Ini berarti bahwa perilaku belanja tidak memberikan pengaruh parsial yang signifikan pada respons konsumen terhadap peningkatan PPN. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa X2 mempengaruhi Y tidak diterima.

**Persepsi Risiko Ekonomi (X3)** Persepsi Risiko Ekonomi (X3) Hasil pemeriksaan uji-t menunjukkan nilai t yang didapatkan adalah 2,888 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,005. Koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,288 menandakan bahwa pandangan terhadap risiko ekonomi berdampak positif dan signifikan pada respons konsumen terhadap peningkatan PPN. Hal ini mengindikasikan bahwa seiring dengan semakin tingginya persepsi risiko ekonomi,

reaksi konsumen terhadap peningkatan PPN juga semakin meningkat. Maka dari itu, hipotesis yang menyatakan bahwa X3 berpengaruh terhadap Y diterima.

### **Analisis Pembahasan**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi dampak dari Literasi Pajak Tidak Langsung (X1), Perilaku Belanja (X2), dan Persepsi Risiko Ekonomi (X3) terhadap Reaksi Konsumen terhadap Peningkatan PPN (Y). Dari analisis regresi ganda yang dilaksanakan dengan memanfaatkan SPSS, banyak temuan penting yang dapat dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut.

#### **Dampak Literasi Pajak Tidak Langsung terhadap Reaksi Konsumen**

Hasil dari pengujian parsial (uji-t) menunjukkan bahwa variabel Literasi Pajak Tidak Langsung (X1) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap respon dari konsumen terhadap peningkatan PPN, dengan nilai koefisien regresi 0,589 dan tingkat signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ) dan koefisien regresi yang relatif kecil (0,030). Ini mengindikasikan bahwa perubahan kebiasaan belanja konsumen tidak langsung berdampak pada bagaimana mereka bereaksi terhadap kenaikan PPN.

Temuan ini dapat dipahami dari sudut pandang perilaku konsumen, di mana kebutuhan dasar dan gaya hidup tertentu membuat konsumen tetap melakukan pembelian meskipun terjadi peningkatan pajak. Dengan kata lain, kebutuhan dan preferensi individu memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan pertimbangan pajak dalam menentukan sikap konsumsi. Oleh karena itu, hasil ini tidak mendukung hipotesis kedua (H2) dan menunjukkan bahwa perilaku belanja bukanlah faktor dominan dalam membentuk reaksi konsumen terhadap kebijakan fiskal yang berupa kenaikan PPN.

Variabel Persepsi Risiko Ekonomi (X3) terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap reaksi konsumen terkait peningkatan PPN, dengan koefisien regresi 0,288 dan tingkat signifikansi 0,005 ( $p < 0,05$ ) hasil penelitian. Secara praktis, ini menunjukkan bahwa pemerintah harus memperbaiki pendidikan dan informasi tentang pajak, khususnya PPN, agar masyarakat dapat memahami dengan baik dan merespon kebijakan dengan cara yang logis. Selain itu, pemerintah perlu memperhatikan keadaan ekonomi serta pandangan masyarakat saat menyusun kebijakan kenaikan pajak guna mengurangi efek buruk pada konsumsi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Setelah melakukan analisis dan mendiskusikan data, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil mencapai tujuannya dalam mengeksplorasi elemen-elemen yang memengaruhi reaksi konsumen terhadap peningkatan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Pertama, hasil penelitian mengindikasikan bahwa pemahaman pajak secara tidak langsung memberikan dampak positif dan signifikan terhadap reaksi konsumen terhadap kenaikan PPN. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman konsumen mengenai konsep, fungsi, dan tujuan dari PPN, semakin rasional dan adaptif pula reaksi mereka terhadap peningkatan PPN. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa pemahaman pajak secara tidak langsung memengaruhi respon konsumen diterima.

Kedua, pola belanja ternyata tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap reaksi konsumen terhadap kenaikan PPN. Ini menunjukkan bahwa kebiasaan atau pola belanja konsumen tidak secara langsung memengaruhi bagaimana mereka merespons kenaikan PPN. Temuan ini menunjukkan bahwa kebutuhan dan preferensi dalam konsumsi lebih berpengaruh ketimbang pertimbangan pajak. Oleh sebab itu, hipotesis mengenai dampak perilaku belanja ditolak.

Ketiga, persepsi terhadap risiko ekonomi terbukti memiliki dampak positif dan signifikan terhadap reaksi konsumen terhadap peningkatan PPN. Ini berarti bahwa semakin kuat pemahaman konsumen mengenai risiko ekonomi, seperti kenaikan biaya hidup atau penurunan daya beli, semakin kuat pula reaksi mereka terhadap kenaikan PPN. Temuan ini menguatkan hipotesis yang diajukan dan menekankan pentingnya faktor persepsi dalam membentuk pandangan konsumen terhadap kebijakan fiskal.

Keempat, secara keseluruhan, pemahaman pajak secara tidak langsung, pola belanja, dan persepsi risiko ekonomi secara signifikan memengaruhi reaksi konsumen terhadap kenaikan PPN. Model penelitian ini juga menunjukkan kekuatan dalam menjelaskan, di mana Sebagian besar perbedaan dalam reaksi konsumen dapat diuraikan melalui ketiga faktor tersebut.

### **Saran**

#### **1. Saran untuk Pemerintah dan Pembuat Kebijakan**

Pemerintah disarankan untuk memperbaiki program edukasi dan sosialisasi pajak, terutama mengenai Pajak Pertambahan Nilai, agar masyarakat mendapatkan

pemahaman yang lebih jelas mengenai tujuan, manfaat, dan cara kerja PPN. Meningkatkan pengetahuan pajak diharapkan dapat membantu konsumen bereaksi dengan cara yang lebih rasional dan fleksibel terhadap kebijakan kenaikan pajak. Di samping itu, penting bagi pemerintah untuk memperhatikan pandangan masyarakat tentang risiko ekonomi saat menggagas kebijakan fiskal, agar kebijakan yang dibuat tidak terlalu membebani daya beli dan konsumsi masyarakat.

#### 2. Saran untuk Praktisi dan Pelaku Bisnis

Pelaku bisnis sebaiknya lebih terbuka dalam memberikan informasi harga kepada konsumen, termasuk rincian PPN, supaya konsumen dapat memahami pergeseran harga dengan baik. Selain itu, pelaku bisnis dapat menyesuaikan cara pemasaran dan penetapan harga mereka untuk menarik perhatian konsumen bahkan saat PPN naik, misalnya melalui penawaran khusus atau pengurangan biaya operasional.

#### 3. Saran untuk Akademisi

Bagi para akademisi, Hasil dari studi ini bisa dijadikan pedoman dalam memperdalam pembahasan mengenai perilaku konsumen serta kebijakan perpajakan, khususnya yang berkaitan dengan pajak tidak langsung. Penelitian ini juga dapat berkontribusi dalam memperdalam perdebatan akademis mengenai pentingnya literasi pajak dan pandangan ekonomi dalam mempengaruhi reaksi masyarakat terhadap kebijakan fiskal.

#### 4. Saran untuk Penelitian yang Akan Datang

Disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas jumlah dan variasi responden, baik dari segi geografis maupun dalam hal karakteristik sosial ekonomi, sehingga hasilnya dapat lebih mudah diterapkan secara umum. Selain itu, penelitian mendatang dapat memasukkan variabel lain yang relevan, seperti tingkat pendapatan, inflasi saat ini, kepercayaan terhadap pemerintah, atau sikap terhadap kebijakan fiskal, untuk memahami lebih baik faktor-faktor yang berpengaruh terhadap reaksi konsumen.

#### 5. Saran untuk Mengatasi Keterbatasan Penelitian

Untuk mengatasi batasan penelitian ini, terutama terkait dengan metode dan cakupan, penelitian di masa depan bisa menggunakan metode alternatif, seperti pendekatan campuran atau analisis jangka panjang, guna menangkap perubahan respons konsumen seiring waktu. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan keakuratan, ketepatan, dan aplikabilitas temuan penelitian dalam studi-studi yang akan data

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amran, M., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Efektivitas strategi sumber daya manusia dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan. *Journal of Social and Human Resource Research (JSHR)*, 1(2), 14–20. <https://journal.adlermanurungpress.com/index.php/js/hr/article/view/33>
- Fuadah, N., Paulina, E., Sunandar, N., Hermawan, I., & Juniarso, A. (2024). Analisis penerapan Pajak Pertambahan Nilai pada transaksi e-commerce dan konvensional. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 6(2), 152–164.
- Gerson, G., Sangapan, L. H., Manurung, A. H., & Eprianto, I. (2025). Tantangan dan peluang digitalisasi dalam manajemen SDM: Perspektif praktisi dan pengambil keputusan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 3(2), 134–158. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i2.93>
- Gerson, G., Sangapan, L. H., Manurung, A. H., & Eprianto, I. (2025). Analisis kualitatif terhadap keterikatan pegawai di era pasca pandemi: Studi kasus pada organisasi di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 3(2), 74–102. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i2.90>
- Gerson, M., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Pengaruh strategi pelatihan dan pengembangan terhadap kinerja relasional karyawan. *Journal of Social and Human Resource Research (JSHR)*, 1(2), 27–33. <https://journal.adlermanurungpress.com/index.php/js/hr/article/view/34>
- Hajatina, H. (2024). Analisis dampak kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap perilaku konsumsi dan kesejahteraan masyarakat di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(3), 145–162.
- Hariyanti, Prayogi dan Mudmainah (2025). Dampak Kenaikan Tarif PPN, Pemahaman Pajak, dan Pengetahuan Keuangan terhadap Potensi Pendapatan PPN
- Hendriarto, P., Paryanti, A. B., Sangapan, L. H. ., & Manurung, A. H. (2025). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, RISIKO BISNIS, DAN KUALITAS LABA TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN. *CAKRAWALA*, 33(2), 54–65. Retrieved from <https://jurnal.swins.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/118>
- Hendriarto, P., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). *Eksplorasi nilai-nilai keuangan berkelanjutan dalam praktik ESG (Environmental, Social, Governance): Studi multi-kasus di Indonesia*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 3(4), 375–394. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i4.141>

- Hendriarto, P., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). *Peran kepemimpinan adaptif dalam meningkatkan efektivitas strategi SDM*. JIMU: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin, 3(4), 961–972.
- Hendriarto, P., Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., Manurung, A. H., & Manurung, A. (2025). *Akuntansi sektor publik di Indonesia: Kajian sistematis atas transparansi dan akuntabilitas keuangan pemerintah*. Jurnal Greenation of Indonesian Accounting (JGIA), 3(2), 59–68. <https://doi.org/10.38035/jgia.v3i2>
- Irfansyah, M. F. (2025). Pengaruh tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan literasi pajak terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z. *Journal of Economic, Accounting and Management*.
- Kurnaini, A. F., & Rahmawati, I. D. (2024). Analisis dampak kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap daya beli masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Masip: Jurnal Manajemen Administrasi Bisnis dan Publik Terapan*, 2(3).
- Kurniawan, D., Machdar, N. M., Manurung, A. H., & Sangapan, L. H. (2025). Pengaruh Enterprise Risk Management Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Capital Markets and Banking*, 13(2), 1–17. <https://doi.org/10.63607/jcmb.v13i2.6>
- Kurniawan, D., Sangapan, L. H., & Suraji, R. (2024). Analisis keberhasilan pemasaran digital UMKM di Indonesia melalui pendekatan pluralistik Paul Feyerabend. *Fibonacci*, 1(2), 77–89. <https://inovanpublisher.org/fibonacci>
- Lestari, A. J., Nuridah, S., & Littu, H. (2023). Pengaruh kenaikan tarif PPN 11% terhadap daya beli konsumen apotek di Kabupaten Bekasi. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(4), 7757–7768.
- Lukman Hakim Sangapan, Amran, Atik Budi Paryanti, Ade Ria Julista, & Adler Haymans Manurung. (2026). PENGARUH KESADARAN HUKUM MANAJEMEN, AUDIT INTERNAL, DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP PENCEGAHAN KECURANGAN AKUNTANSI. *CAKRAWALA*, 33(1), 1–17. <https://doi.org/10.70005/cakrawala.v33i1.120>
- Manurung, A. H., & Sangapan, L. H. (2023). *Pasar Modal*. PT. Adler Manurung Press.
- Manurung, A. H., Wulandari, S., Sangapan, L. H., Machdar, N. M., Silalah, E. E., Natas Pasaribu, A. M., & Hendayana, Y. (2025). *Multiple Mediation Analysis of Recruitment Effects on Employee Performance: The Roles of Training, Engagement, And Technology Adoption in a*

- University Setting*. Journal of Economics, Finance And Management Studies, 8(11), Article 08. <https://doi.org/10.47191/jefms/v8-i11-08>
- Manurung, A., Hendriarto, P., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). *Pengaruh sustainability reporting terhadap nilai perusahaan: Kajian literatur sistematis*. Jurnal Greenation of Indonesian Accounting (JGIA), 3(2), 70–80. <https://doi.org/10.38035/jgia.v3i2>
- Manurung, A., Manurung, A. H., Manurung, G., Sangapan, L. H., Manurung, G., & Simanjuntak, J. M. (2025). Free Cash Flow of Telecommunications Companies in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, 12(2), 258–268. <https://doi.org/10.22225/jj.12.2.2025.258-268>
- Manurung, A., Nababan, R., Manurung, J. S., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Kajian sistematis terhadap regulasi perlindungan anak dalam kerangka hukum nasional dan internasional. *Imperium*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/IMPERIUM.v1i1>
- Manurung, A., Nababan, R., Sihar, J., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Kajian sistematis terhadap regulasi perlindungan anak. *Imperium*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.62534/imperium.v1i1.5>
- Manurung, A., Sangapan, L. H., Manurung, A. H., & Machdar, N. M. (2025). Strategi sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja organisasi berbasis sustainability. *Journal of Social and Human Resource Research (JSHR)*, 1(2), 55–60. <https://journal.adlermanurungpress.com/index.php/js/hr/article/view/36>
- Manurung, A., Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., & Manurung, A. H. (2025). *Tren dan arah penelitian akuntansi keuangan: Sebuah systematic literature review tahun 2010–2025*. Dinasti Accounting Review (DAR), 3(1), 12–24. <https://doi.org/10.38035/dar.v3i1>
- Manurung, G., Ali, H., Manurung, A. H., & Sangapan, L. H. (2025). Kebiasaan berutang di era digital: Kontribusi budaya hemat dan akses pinjaman online terhadap kesehatan keuangan rumah tangga. *Jurnal Citra Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 63–78. <https://doi.org/10.63607/jcmb.v13i2>
- Manurung, G., Machdar, N. M., Manurung, A. H., & Sangapan, L. H. (2025). *Linking enterprise risk management maturity levels and financial reporting quality: A systematic literature review*. Current Science Research Bulletin, 2(11), 339–349. <https://doi.org/10.55677/csr/02-V02I11Y2025>

- Manurung, G., Machdar, N. M., Manurung, A. H., & Sangapan, L. H. (2025). *Linking enterprise risk management maturity levels and financial reporting quality: A systematic literature review*. *Current Science Research Bulletin*, 2(11), 339–349. <https://doi.org/10.55677/csr/02-V02I11Y2025>
- Manurung, G., Manurung, C., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Tren dan isu dalam manajemen SDM di sektor publik: Studi literatur. *Jurnal Shr*, 1(1), 44–53. <https://doi.org/10.38035/jshr.v1i1>
- Manurung, G., Suraji, R., Manurung, A. H., & Hakim, L. S. (2025). Philosophy behind strategy: Reconstructing the theoretical foundation of strategic management in a disruptive era. *Journal of Business and Economics*, 3(3), 284–300. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i3.114>
- Paryanti, A. B., & Sangapan, L. H. (2025). *Makna keadilan dalam transaksi bisnis syariah: Studi fenomenologi pada pelaku UMKM di Indonesia*. *Jurnal Humaniora, Ekonomi, dan Sosial Masyarakat (JHESM)*, 3(3), 61–72. Paryanti, A. B., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Peran mentorship dalam membentuk karakter wirausaha generasi Z. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Terapan*, 3(2), 44–53. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i2>
- Paryanti, A. B., Suraji, R., & Sangapan, L. H. (2025). Paradigma pengambilan keputusan dan interpretasi menggunakan model kuhn. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JEKMA)*, 4(1), 14–20.
- Randa, F., Indah, M., & Danduru, B. P. (2023). Persepsi konsumen barang elektronik mengenai penetapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). *JeJAK: Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 77–85.
- Sangapan, L. H., Manurung, C., & Manurung, A. H. 2025. Strategi Inovasi Produk Berbasis Riset Pasarpada Perusahaan Start-Up. 1(1), 34–43.
- Sangapan, L. H. (2025). Pengaruh kepemimpinan strategis dan moral terhadap kinerja keuangan perusahaan: Peran mediasi komitmen organisasi sebagai dampak dari kepercayaan organisasional – Studi literatur sistematis. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Publik (JPMP)*, 13(2). <https://doi.org/10.63607/jcmb.v13i2>
- Sangapan, L. H. (2025). *Peran influencer dalam komunikasi pemasaran: Sebuah tinjauan sistematis literatur internasional*. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 3(3), 129–141. <https://doi.org/10.38035/jkis.v3i3>

- Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). *Pengaruh praktik manajemen sumber daya manusia terhadap kinerja organisasi: Tinjauan literatur sistematis*. HRM RESEARCH: Human Resource Management and Business Journal, 1 (1). <https://siberresearch.org/HRM/article/view/17>
- Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Peran budaya organisasi dalam implementasi manajemen sumber daya manusia strategik. *Journal of Social and Human Resource Research (JSHR)*, 1(2), 1–7. <https://journal.adlermanurungpress.com/index.php/jshr/article/view/32>
- Sangapan, L. H., Ali, H., Manurung, A. H., & Kurniawan, D. (2024). *Pengaruh Sumber Daya yang Unik dan Pemakaian Teknologi Terhadap Peningkatan Kerja Melalui Motivasi Kerja*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(4), Artikel. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i4.259>
- Sangapan, L. H., Amran, A., Paryanti, A. B., Manurung, A. H., & Hapzi. (2025). *Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna marketplace di Indonesia (Studi kasus pada pengguna Tokopedia dan Shopee)*. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*, 3(4). <https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i4.35>
- Sangapan, L. H., Carlos, G. J., & Manurung, A. H. (2025). Pengaruh disiplin kerja, inovasi karyawan, dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan. *JMPIS*, 6(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i2>
- Sangapan, L. H., Carlos, G. J., Ali, H., & Manurung, A. H. (2025). Pengaruh pemakaian teknologi, kepemimpinan, penerapan efisiensi, terhadap peningkatan kerja melalui motivasi kerja. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 3(2), 82–99. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i2>
- Sangapan, L. H., Carlos, G. J., Manurung, A. H., & Manurung, J. S. (2025). Pengaruh sumber daya yang unik, kepemimpinan, penerapan efisiensi, terhadap peningkatan kerja di mediasi motivasi dan di moderasi umur: Literature review. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 3(3), 255–268. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i3>
- Sangapan, L. H., Manurung, A. H., & Eprianto, I. (2025). Tantangan dan peluang digitalisasi dalam manajemen SDM: Perspektif praktisi dan pengambil keputusan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 3(2), 134-158. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i2.93>
- Sangapan, L. H., Manurung, A. H., FoEh, J. E., Simamora, H., & Sinaga, J. (2022). Pengaruh Sumberdaya yang Unik, Pemakaian Teknologi, Kepemimpinan dan Penerapan Efisiensi Terhadap Peningkatan Kinerja yang Dimoderasi oleh Umur Pegawai pada Perusahaan.

- Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 4(2), 163-175.  
<https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1218>
- Sangapan, L. H., Manurung, A. H., Manurung, C., Manurung, A., & Manurung, G. (2021). Employee engagement in SMEs: A systematic review of the literature on factors and their impact. *JLPH*, 1(4), 197–202. <https://doi.org/10.38035/jlph.v1i4>
- Sangapan, L. H., Manurung, Ali, Hapzi., Manurung, A. H., & Kurniawan, Dody (2024). Kurniawan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 333-351.  
<https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i4.259>
- Sangapan, L. H., Manurung, C., & Manurung, A. H. (2025). Strategi inovasi produk berbasis riset pasar pada perusahaan start-up. *Jurnal Shr*, 1(1), 34–43. <https://doi.org/10.38035/jshr.v1i1>
- Sangapan, L. H., Manurung, C., Manurung, R., Manurung, A., & Manurung, A. H. (2025). Penegakan hukum korupsi di Indonesia: Perspektif systematic literature review (2010–2023). *Imperium*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/IMPERIUM.v1i1>
- Sangapan, L. H., Manurung, G., & Manurung, A. H. (2025). Analisis implementasi program corporate social responsibility dan dampaknya terhadap citra internal perusahaan. *Jurnal Shr*, 1(1).
- Sangapan, L. H., Manurung, G., & Manurung, A. H. (2025). Analisis strategi personalisasi layanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. *Jurnal Shr*, 1(1), 10–23.  
<https://doi.org/10.38035/jshr.v1i1>
- Sangapan, L. H., Manurung, G., & Manurung, A. H. (2025). Peran pelatihan dan pengembangan dalam peningkatan kapabilitas SDM di sektor pendidikan. *Jurnal Shr*, 1(1), 24–33.  
<https://doi.org/10.38035/jshr.v1i1>
- Sangapan, L. H., Manurung, G., Manurung, C., Manurung, A. H., & Carlos, G. J. (2025). Dampak teknologi informasi terhadap dinamika sistem organisasi: Kajian literatur sistematis. *Jurnal Shr*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.38035/jshr.v1i1>
- Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., & Manurung, A. H. (2025). Eksplorasi pengalaman wirausahawan muda dalam mewujudkan entrepreneurial mindset di kalangan mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Terapan*, 3(1), 36–47.  
<https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i1>

- Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., & Manurung, A. H. (2025). Strategi adaptif dan nilai sosial dalam kewirausahaan milenial: Studi naratif di konteks urban Indonesia. *JKMT*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i1>
- Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., & Manurung, A. H. (2025). *Tantangan globalisasi terhadap pelestarian budaya Nusantara di dunia pendidikan: Sebuah kajian sistematis literatur*. *Jurnal Pendidikan, Kebudayaan, dan Nasionalisme (JPKN)*, 3(3), 147–160. <https://doi.org/10.38035/jpkn.v3i3>
- Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., Manurung, A. H., & Manurung, A. (2025). *Komunikasi interpersonal di tempat kerja: Temuan empiris dari pendekatan systematic literature review*. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 3(3), 106–116. <https://doi.org/10.38035/jkis.v3i3>
- Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., Manurung, A. H., & Manurung, A. (2025). *Tren penelitian komunikasi organisasi di era hybrid work: Kajian systematic literature review*. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 3(3), 117–128. <https://doi.org/10.38035/jkis.v3i3>
- Sangapan, L. H., Suraji, R., Manurung, A. H., & Carlos, G. J. (2025). Pemikiran Thomas Kuhn dalam era digital: Paradigma baru dalam ilmu pengetahuan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 3(1), 17–29. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i1.83>
- Silalahi, E. E., Sangapan, L. H., Manurung, A. H., & Machdar, N. M. (2025). Strategi peningkatan kompetensi digital karyawan melalui manajemen sumber daya manusia strategik. *Journal of Social and Human Resource Research (JSHR)*, 1(2), 41–47. <https://journal.adlermanurungpress.com/index.php/js/hr/article/view/35>
- Sustiyo (2022). Pemahaman Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pola Konsumsi di Kalangan Generasi Z.
- Sustiyo, J., & Hidayat, R. T. (2020). Literasi pajak pertambahan nilai (PPN) dan perilaku konsumtif di kalangan generasi Z. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Journal)*, 3(1), 1–10.
- Tikasari (2025). Studi Dampak Kenaikan Tarif PPN 12% terhadap Pola Konsumsi dan Kesejahteraan Masyarakat di Indonesia, Publikasi: *Jurnal JRSSH* (Vol. 5 No. 4, 2025)