

## **ANALISIS PENGARUH KEBIJAKAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT DI BOSOWA BERLIAN MOTOR CABANG PAREPARE**

Imron Burhan

**Politeknik Bosowa, Indonesia**

[imron.burhan@politeknikbosowa.ac.id](mailto:imron.burhan@politeknikbosowa.ac.id)

Ilham

**Politeknik Bosowa, Indonesia**

[iam.ilham@politeknikbosowa.ac.id](mailto:iam.ilham@politeknikbosowa.ac.id)

Muhammad Arham Suryansyah Saputra

**Politeknik Bosowa, Indonesia**

[arham.pjk19@student.politeknikbosowa.ac.id](mailto:arham.pjk19@student.politeknikbosowa.ac.id)

### **ABSTRAK**

Penerimaan PPnBM dapat dibandingkan dengan daya beli masyarakat dikarenakan PPnBM merupakan pajak atas konsumsi barang dan jasa. Peningkatan atau penurunan daya beli masyarakat seharusnya dapat menggambarkan pertumbuhan penerimaan PPnBM. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh kebijakan PPnBM terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat di Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode penelitian deskriptif kuantitatif. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini adalah metode penentuan sampel metode *non-probability sampling* (sampel non-acak) dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak penjualan atas barang mewah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pada Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare.

**Kata Kunci:** Pajak, PPnBM, Daya Beli, Konsumen.

### **ABSTRACT**

*PPnBM revenue can be compared with people's purchasing power because PPnBM is a tax on the consumption of goods and services. An increase or decrease in people's purchasing power should be able to describe the growth of PPnBM revenue. The purpose of this study was to test and analyze the effect of PPnBM policy on consumer purchasing power of four-wheeled motor vehicles at Bosowa Berlian Motor Parepare Branch. The research method used in this research is descriptive quantitative research method. The data source used is primary data. The method of determining the sample in this research is the method of determining the sample using the non-probability sampling method (non-random sample) with the purposive sampling method. Data analysis techniques used in this study, including Validity Test, Reliability Test, Descriptive Statistics Test, Classical Assumption Test, Hypothesis Testing. The results showed that the sales tax on luxury goods had a positive and significant effect on Four-Wheel Motorized Vehicles at Bosowa Berlian Motor Parepare Branch.*

**Keywords:** Tax, PPnBM, Purchasing Power, Consumen.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Sandra & Chandra, 2021).

Tarif Pajak yang berlaku untuk Pajak Penghasilan di Indonesia adalah tarif progressif sebagaimana diatur dalam Pasal 17 UU Pajak Penghasilan. Sedangkan untuk Pajak Pertambahan Nilai berlaku tarif pajak proporsional yaitu 10%. Tarif pajak tersebut dipungut sesuai dengan pengelompokan jenis-jenis pajak (Tawas et al., 2017).

Sesuai dengan legal karakternya sebagai pajak objektif maka PPN tidak membedakan tingkat kemampuan konsumennya. Konsumen yang memiliki kemampuan tinggi dengan konsumen yang kemampuan rendah diperlakukan sama. Sehingga dalam upaya mencapai keseimbangan pembebanan pajak dan dalam upaya mengendalikan pola konsumsi yang tidak produktif dari masyarakat, maka atas penyerahan atau atas import barang-barang berwujud yang tergolong mewah, selain dikenakan Pajak Pertambahan Nilai juga dikenakan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).

Salah satu jenis barang yang kena pajak yang tergolong barang mewah adalah kendaran bermotor seperti mobil, motor, dan jenis kendaraan mewah lainnya. Bahkan Kendaraan Bermotor sebagaimana yang didefinisikan dalam Pasal 1 Berdasarkan Pasal 8 UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 28 TAHUN 2009, Pajak Kendaraan Bermotor dikenakan untuk Masa Pajak 12 (dua belas) bulan berturut-turut terhitung mulai saat pendaftaran Kendaraan

Bermotor. Pajak Kendaraan Bermotor dibayar sekaligus di muka (Pujiwidodo, 2021).

Pengenaan pajak penjualan atas barang mewah berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. Artinya semakin tingginya nilai jual suatu kendaraan yang dikenakan pajak penjualan atas barang mewah yang tarifnya lebih tinggi dari pajak pertambahan nilai, atau semakin mewah kendaraan tersebut secara signifikan akan mempengaruhi daya beli konsumen kendaraan bermotor. Gengsi dan daya beli yang sangat menentukan pembelian kendaraan (Cahyani, 2019).

Daya beli sangat bergantung pada resiko yang dapat dirasakan oleh konsumen, pajak merupakan faktor yang sensitif dikalangan masyarakat. Semakin tinggi rendahnya besaran pajak terhadap barang maka dapat menentukan daya beli konsumen. Maka dari itu pengelolaan rencana jangka panjang sebelum melakukan pembelian harus dapat dirancang dengan baik, disamping itu perusahaan yang memperdagangkan barang mewah harus menyusun strategi marketing agar dapat menjaga kestabilan daya beli konsumen. Secara umum, penerimaan PPN dapat dibandingkan dengan daya beli masyarakat dikarenakan PPN merupakan pajak atas konsumsi barang dan jasa. Peningkatan atau penurunan daya beli masyarakat seharusnya dapat menggambarkan pertumbuhan penerimaan PPN. Jika daya beli masyarakat meningkat maka sewajarnya penerimaan PPN naik, begitu juga sebaliknya jika daya beli masyarakat menurun maka penerimaan PPN akan ikut menurun. Faktor harga komoditas tentu sangat mempengaruhi daya beli masyarakat.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah

dalam penelitian ini adalah apakah kebijakan PPnBM berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat di Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, penelitian bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kebijakan PPnBM terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat di Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare.

### 1.4 Landasan Teori

#### 1.4.1 Pajak

Definisi pajak menurut Rochmat Soemitro, dalam Dasar-dasar Perpajakan (2019:1) adalah Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak dapat jasa timbal balik (Kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan, dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Definisi pajak menurut Djajadiningrat, dalam Dasar-dasar Perpajakan (2019:1) adalah Pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan Sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan umum.

Sejak 1 Maret 2021, pemerintah menerapkan kebijakan PPnBM DTP terhadap pembelian mobil baru. Program ini dimulai untuk mobil penumpang 1.500cc dengan kandungan lokal tertentu. Skemanya, per tiga bulan diberlakukan perubahan potongan pajak, yakni Maret-Mei diskon 100%, Juli-Agustus 50%, dan Oktober-Desember 25%.

Seiring perkembangan implementasi kebijakan tersebut, kinerja industri otomotif dan penjualan mobil di tanah air menunjukkan tren yang positif. “Pemerintah memang akan melakukan evaluasi per tiga bulan untuk melihat dampak dari diskon PPnBM DTP untuk pembelian mobil baru,” ungkap Agus. Pada Maret saat awal diberlakukan diskon PPnBM ini, sudah ada kenaikan penjualan mobil baru hingga 28,85 persen. Bahkan, pada April 2021, lonjakan penjualan mencapai 227% dibanding periode yang sama tahun 2020 lalu (*year on year/yoy*).

Usulan perpanjangan diskon PPnBM DTP ini sebelumnya telah disampaikan oleh Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo). “Pemerintah bisa menilai dan mengevaluasi apa yang terjadi. Kalau kami melihatnya, tepat sasaran, dan semua pihak. Program diskon 100% PPnBM DTP ini berjalan sukses, dengan semua pihak merasa diuntungkan, baik dari segi pelaku usaha otomotif, konsumen, dan pemerintah. Tak hanya para pelaku industri otomotif yang mendapatkan keuntungan dari kenaikan penjualan mobil yang signifikan, menurutnya pemerintah pun berhasil meraih pendapatan PPh dan PPh dari meningkatnya penjualan mobil. Di sisi lain, konsumen mendapatkan kendaraan baru dengan harga yang lebih terjangkau Demikian Siaran Pers ini untuk disebarluaskan (Budiarso, 2021).

#### 1.4.2 Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM)

Mardiasmo, (2019) menyatakan tarif Pajak Penjualan atas Barang Mewah dapat ditetapkan dalam beberapa kelompok tarif, yaitu paling rendah 10% (sepuluh persen) dan paling tinggi 200% (dua ratus persen). Ketentuan mengenai tarif kelompok Barang Kena Pajak yang Tergolong Mewah yang dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah dengan Peraturan Pemerintah. Sedangkan

ketentuan mengenai jenis barang yang dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan. Atas ekspor Barang Kena Pajak yang Tergolong Mewah dikenai pajak dengan tarif 0% (nol persen). PPnBM yang telah dibayar atas perolehan BKP yang Tergolong Mewah yang diekspor dapat diminta kembali (restitusi).

Menurut Undang-Undang PPnBM Nomor 42 Tahun 2009 tentang Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) adalah pajak yang dikenakan atas impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah dengan tidak memperhatikan siapa yang mengimpor Barang Kena Pajak tersebut serta tidak memperhatikan apakah impor tersebut dilakukan secara terus-menerus atau hanya sekali saja. Selain itu, Pajak Penjualan atas Barang Mewah terhadap suatu penyerahan Barang Kena Pajak tersebut telah dikenai atau tidak dikenai Pajak penjualan atas Barang Mewah pada transaksi sebelumnya.

Dalam PP Nomor 22 Tahun 2014 tercantum beberapa peraturan yang dapat dijadikan acuan untuk menghitung Kelompok barang yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor yang dikenakan pajak penjualan atas barang mewah adalah sebagai berikut:

1. Kelompok tarif 10%
  - a. Kendaraan bermotor untuk angkutan kurang dari 10 (sepuluh) orang termasuk pengemudi selain sedan atau station wagon, dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel/semi diesel) dengan system satu gandar penggerak (4x2) dengan kapasitas isi silinder tidak lebih dari 1500 cc.
2. Kelompok tarif 25 %
  - a. Kendaraan bermotor dengan kabin ganda (doble kabin), dalam bentuk kendaraan bak terbuka atau bak tertutup, dengan penumpang lebih dari 3 (tiga) orang termasuk pengemudi dengan motor

bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel/semi diesel), dengan sistem satu ganda penggerak (4x2) atau dengan sistem 2 ganda penggerak (4x4), dengan semua kapasitas isi silinder dengan massa total tidak lebih dari 5 ton.

3. Kelompok tarif 30%
  - a. Kendaraan bermotor sedan atau station wagon dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel/semi diesel), dengan kapasitas isi silinder sampai dengan 1500cc.
  - b. Kendaraan bermotor selain sedan atau station wago dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel/semi diesel), dengan sistem 2 ganda penggerak (4x4) dengan kapasitas isi dari 1500cc.
4. Kelompok tarif 50%
  - a. Kendaraan bermotor untuk pengangkutan kurang dari 10 orang termasuk pengemudi selain sedan atau statio wagon dengan motor bakar cetus api, dengan sistem satu ganda penggerak (4x2), dengan kapasitas isi silinder lebih dari 2500cc sampai 3000 cc.
  - b. Kendaraan bermotor pengangkutan kurang dari 10 (sepuluh) orang termasuk pengemudi dengan motor bakar nyala kompresi (diesel/semi diesel), berupa sedan atau station wagon dan selain sedan atau station wagon, dengan sistem 2 ganda penggerak (4x4) dengan kapasitas isi silinder lebih dari 1500 cc sampai dengan 2500 cc.

#### 1.4.3 Daya Beli Konsumen

Menurut (Yuniati & Amini, 2020) Daya beli adalah kemampuan seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk. Hukum permintaan (*The Law Of Demand*) menyatakan makinrendah harga suatu barang semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya makin tinggi harga suatu

barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

(Prasetyo, 2019) menyatakan bahwa daya beli yaitu “Daya beli (*purchasing power*) merupakan kemampuan seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk, daya beli juga mempunyai hubungan erat dengan suatu barang atau produk, bila barang atau produk tersebut mempunyai harga yang murah, maka daya beli masyarakat terhadap barang tersebut akan meningkat”.

Berdasarkan teori daya beli yang ditulis oleh Musyarofa Ofa (2018), berikut beberapa faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat, sebagai berikut :

#### 1. Tingkat Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu balas jasa dari seseorang atas tenaga atau pikiran yang telah disumbangkan, biasanya berupa upah atau gaji.

#### 2. Tingkat Pendidikan

Makin tinggi pendidikan seseorang makin tinggi pula kebutuhan yang ingin dipenuhinya.

#### 3. Tingkat Kebutuhan

Kebutuhan setiap orang berbeda-beda. Seseorang yang tinggal di kota daya belinya akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang tinggal di desa.

#### 4. Kebiasaan Masyarakat

Penerapan pola hidup ekonomis yaitu dengan membeli barang dan jasa yang benar-benar dibutuhkan, maka secara tidak langsung telah meningkatkan kesejahteraan hidup.

#### 5. Harga Barang

Jika harga barang naik maka daya beli konsumen cenderung menurun sedangkan jika harga barang dan jasa turun maka daya beli konsumen akan naik. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan.

#### 6. Mode

Barang-barang yang baru menjadi mode dalam masyarakat biasanya akan laku keras di pasar sehingga konsumsi bertambah.

Dengan demikian mode dapat mempengaruhi konsumsi.

## 2. METODE

### 2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode penelitian deskriptif kuantitatif.

### 2.2 Jenis Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017), Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer, data primer adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data atau peneliti.

### 2.3 Prosedur Pengambilan Data/Sampel

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan data primer dengan tujuan agar dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh PPnBM terhadap daya beli konsumen atas kendaraan bermotor roda empat. Pengumpulan data tersebut diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada konsumen Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare. Kuesioner-kuesioner tersebut disebarkan dengan cara menyebarkannya melalui kuesioner berbentuk elektronik (*e-kuesioner*) dengan perantara *google form*.

Metode penentuan sampel dalam penelitian ini adalah metode penentuan sampel metode *non-probability sampling* (sampel non-acak) dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun jumlah sampel dalam penelitian berdasarkan kriteria yang dapat diteliti, maka jumlah sampel sebanyak 50 responden.

## 2.4 Teknik Analisis Data

Beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya:

### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Pengujian validitas dengan menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing pertanyaan dengan total skor (Ghozali, 2017).

### b. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable konstruk. Pengujian ini menggunakan metode statistic *Cronbach Alpha* dengan nilai sebesar 0,70.

### c. Uji Statistik Deskriptif

Data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dibentuk dalam skala pengukuran. Statistik deskriptif menjelaskan skala jawaban responden pada setiap variabel yang diukur dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, minimum maksimum, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi).

### d. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji Asumsi Klasik terdiri atas uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

1) Uji normalitas dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

a. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari populasi adalah normal.

b. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

2) Uji multikolinieritas dilakukan menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari tiap-tiap variabel independen. Nilai VIF kurang dari 10 menunjukkan bahwa korelasi antar variabel independen masih bisa ditolerir (Ghozali, 2017).

3) Uji Heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID

### e. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis dengan alat analisis yaitu koefisien determinasi, uji kelayakan model (*goodness of fit*).

1) Uji  $R^2$  (Koefisien Determinasi) yakni nilai  $R^2$  sebesar 1, berarti fluktuasi variable dependen seluruhnya dapat dijelaskan oleh variable independen dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan fluktuasi variable dependen. Jika nilai  $R^2$  berkisar antara 0 sampai dengan 1, berarti semakin kuat kemampuan variable independen dapat menjelaskan fluktuasi variable dependen (Ghozali, 2017).

2) Uji F untuk mengetahui variabel-variabel independen secara simultan mempengaruhi variable dependen, dilakukan dengan membandingkan *p-value* pada kolom *Sig.* Dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Jika *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sebaliknya jika *p-value* lebih besar dari 0,05 maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima (Pomalingo et al., 2017). Adapun teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis dengan pengujian regresi multiples dengan software IBM SPSS Statistics 25.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected item total correlation	R Tabel n=48 taraf 5%	Keterangan
Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (X)	X1	0,408	0,278	Valid
	X2	0,426	0,278	Valid
	X3	0,761	0,278	Valid
	X4	0,631	0,278	Valid
	X5	0,833	0,278	Valid
	X6	0,650	0,278	Valid
	X7	0,833	0,278	Valid
	X8	0,488	0,278	Valid
Daya Beli Konsumen (Y)	Y1	0,355	0,278	Valid
	Y2	0,890	0,278	Valid
	Y3	0,483	0,278	Valid
	Y4	0,852	0,278	Valid
	Y5	0,888	0,278	Valid
	Y6	0,867	0,278	Valid
	Y7	0,595	0,278	Valid
	Y8	0,889	0,278	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti 2022

Berdasarkan hasil uji validitas memperlihatkan item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian memiliki *r* tabel lebih besar atau di atas 0,278. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan tentang variabel Pajak Penjualan atas Barang Mewah dan Daya Beli Konsumen dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel.

#### 3.2 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Standar Reliabilitas	Keterangan
1.	Pajak Penjualan	0,769	0.70	Reliabel

	Atas Barang Mewah (X)			
2.	Daya Beli Konsumen (Y)	0,870	0.70	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti 2022

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan angka-angka dari nilai *Cronbachs Alpha (a)* pada seluruh variabel dalam penelitian ini, semuanya menunjukkan besaran di atas nilai 0.70. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen adalah *reliable* dan dapat disimpulkan bahwa pernyataan kuesioner responden menunjukkan kehandalan dalam mengukur variabel-variabel dalam model penelitian.

#### 3.3 Analisis Statistik Deskriptif Pajak atas Pembelian Barang Mewah (PPnBm) (X)

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X1	50	3	5	219	4,38	,635
X2	50	3	5	207	4,14	,783
X3	50	3	5	218	4,36	,663
X4	50	3	5	210	4,20	,670
X5	50	3	5	218	4,36	,598
X6	50	3	5	219	4,38	,530
X7	50	3	5	218	4,36	,598
X8	50	3	5	213	4,26	,527
TOTALX	50	28	40	1722	34,44	3,118
Valid N (listwise)	50					

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti 2022

Berdasarkan hasil rekap skor jawaban responden maka dapat diketahui bahwa nilai mean skor sebesar 34,44, standar deviation sebesar 3,118, jawaban terendah atau minimum skor adalah 3 dan jawaban paling tinggi atau maximum skor adalah 5.

### 3.4 Analisis Data Daya Beli Konsumen (Y)

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y1	50	3	5	220	4,40	,571
Y2	50	3	5	233	4,66	,519
Y3	50	4	5	234	4,68	,471
Y4	50	3	5	230	4,60	,535
Y5	50	3	5	232	4,64	,525
Y6	50	3	5	229	4,58	,538
Y7	50	3	5	225	4,50	,580
Y8	50	3	5	230	4,60	,535
TOTAL Y	50	29	40	1833	36,66	3,101
Valid N (listwise)	50					

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti 2022

Berdasarkan hasil rekapan skor jawaban responden maka dapat diketahui bahwa nilai mean skor sebesar 36,66, standar deviation sebesar 3,101, jawaban terendah at au minimum skor adalah 3 dan jawaban paling tinggi atau maximum skor adalah 5.

### 3.5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Daya Beli Konsumen
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	3,9246
	Std. Deviation	,40056
Most Extreme Differences	Absolute	,110
	Positive	,095
	Negative	-,110
Test Statistic		,110
Asymp. Sig. (2-tailed)		,182 <sup>c</sup>

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti 2022

Berdasarkan tabel tersebut maka diketahui

bawah nilai sig 0,182 > 0,05. Hal ini berarti bahwa seluruh data yang digunakan saling berdistribusi normal, maka dapat dilakukan analisis data selanjutnya.

### 3.6 Uji Multikoleniaritas

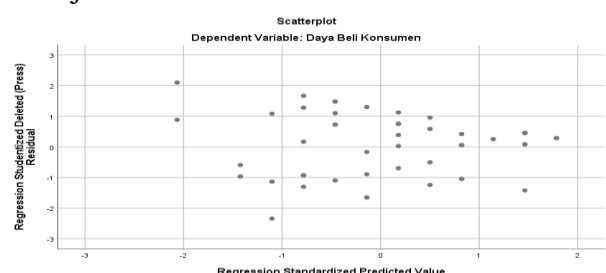
Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20,718	,4	4,75	,000		
	PPnBM	,4137	,465	3,643	,001	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Daya Beli Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti 2022

Berdasarkan hasil analisis pada tabel tersebut maka dapat diketahui Nilai Tolerance variabel independen sebesar 1,000. Melihat nilai Tolerance lebih besar dari > 0,10 maka artinya tidak terdapat Multikoleniaritas.

### 3.7 Uji Heteroskedastisitas





Berdasarkan gambar grafik Scatterplot dapat dilihat suatu model yang tidak beraturan atau tidak membentuk pola, terlihat titik-titik yang menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah, hal ini dapat diindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas terhadap variabel-variabel independen yang telah diujikan.

### 3.8 Uji R<sup>2</sup>

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,465 <sup>a</sup>	,217	,200	2,773
a. Predictors: (Constant), PPnBM				

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti 2022

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai (R) yaitu 0,513. Untuk mengetahui besarnya variasi dari yang diperoleh koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,217 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 21,7 %. Sisanya terdapat 78,3 % faktor-faktor lain yang mempengaruhi yang belum diketahui.

### 3.9 Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	102,056	1	102,056	13,270	,001 <sup>b</sup>
	Residual	369,164	48	7,691		
	Total	471,220	49			

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti 2022

Berdasarkan hasil penelitian uji F maka dapat diketahui bahwa nilai sig sebesar 0,001 < 0,05 yang artinya variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel

dependen dengan hasil ini dapat diidentifikasi bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang dapat disimpulkan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Beli Konsumen.

Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa pajak penjualan atas barang mewah memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam mempengaruhi daya beli konsumen. Semakin baik kemampuan suatu perusahaan dalam bersaing dengan mengandalkan manajemennya maka semakin baik pula kinerja pemasaran dalam meningkatkan minat konsumen. Adapun hipotesis yang diajukan peneliti diterima bahwa Pajak Penjualan atas Barang Mewah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pada Daya Beli Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare.

Hasil analisis dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hasibullah et al., 2020) dengan judul “Analisis Pengaruh PPn, PPnBM, dan PKB dengan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Makassar”. Hasil penelitian yaitu pengenaan PPnBM mempunyai pengaruh positif signifikan.

## 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini maka adapun kesimpulan penelitian ini bahwa Pajak Penjualan atas Barang Mewah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Beli pada Kendaraan Bermotor Roda Empat di Bosowa Berlian Motor Cabang Parepare.

## 5. SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka adapun saran yang dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Analisa pajak dan juga kebutuhan akan barang mewah seperti pembelian mobil perlu ditingkatkan untuk mengukur keuntungan jangka pendek dan menengah yang dapat dirasakan manfaatnya untuk konsumen.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel independen lainnya atau menambahkan variabel moderating guna mengetahui variabel.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel penelitian serta memperluas wilayah sampel penelitian, bukan hanya di Kota Parepare tetapi juga di kota-kota besar lainnya, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian dengan tingkat generalisasi yang lebih tinggi.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda seperti metode wawancara langsung kepada responden untuk memperoleh data yang lebih berkualitas.

## 6. REFERENSI

- Cahyani, R. L. (2019). Pengaruh Daya Beli Konsumen Terhadap Pajak Penjualan Atas Barang Mewah Kendaraan Bermotor Roda Dua. *Journal Ilmiah Hukum Universitas Sriwijaya*, November.
- Fadilah. (2017). *ANALISIS PENGARUH PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPNBM) TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN PADA BARANG ELEKTRONIKA (Studi Empiris Pada Konsumen Barang Elektronik di Glodok Jakarta Kota)*, Skripsi. UIN JKT.
- Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibullah, N. A., Mursalim, M., & Su'un, M. (2020). Analisis Pengaruh PPN, PPNBM, dan PKB dengan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Makassar. *Journal of Accounting and Finance (JAF)*, 1(1), 86–101. <https://doi.org/10.52103/jaf.v1i1.119>
- Indirayuti, A. (2019). Pengaruh PPN dan PKB Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Kendaraan Roda Empat di Yogyakarta). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, 1(1), 13–22. <https://doi.org/10.24964/japd.v1i1.839>
- Mardiasmo. (2019). Pengaruh Daya Beli Konsumen Terhadap Pajak Penjualan Atas Barang Mewah Kendaraan Bermotor Roda Dua. In *Skripsi. Universitas Sriwijaya*. (Issue November).
- Pomalingo, R., Mandey, S. L., & Uhing, Y. (2017). Pengaruh disiplin kerja, kompetensi, dan motivasi terhadap kinerja pegawai pada kantor badan penanggulangan bencana daerah provinsi sulawesi utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 528–537.
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>
- Prasetyo, M. F. (2019). Pengaruh Penggunaan Digital Marketing Dan Kemudahan Akses Layanan Aplikasi Belanja Online Dalam Peningkatan Daya Beli Masyarakat Kota Medan Di Era Revolusi Industry Marketing 4.0.

- Akrab Juara*, 4(5), 45–62.
- Pujiwidodo, D. (2021). *Optimalisasi Penerimaan Pajak kendaraan Bermotor Pada Kantor UPT Pendapatan Maros. Skripsi. Universitas Hasanuddin Makassar. III(2)*, 2016.
- Regyna, T. F., Agustina, D., & Pramadista, F. N. (2022). Dampak Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Terhadap Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM). *Jurnal PPN Dan PPnBM*.
- Salma. (2021). *PENGARUH PENGHAPUSAN PPnBM 100% DAN POTONGAN HARGA PERUSAHAAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada Produk Toyota Avanza, Veloz, Rush Dan Yaris Periode Maret-Mei 2021 di Dealer Toyota Kota Depok). Skripsi. Politeknik Negeri Jakarta*.
- Sandra, A., & Chandra, C. (2021). Pengaruh Tarif Pajak, Sanksi Pajak dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 5(2), 153.  
<https://doi.org/10.51211/joia.v5i2.143>  
5
- Setiawan, H. (2012). pengaruh orientasi pasar, orientasi teknologi dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha songket skala kecil di kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, 8(2), 12–19.
- Suganda. (2017). Metode Penelitian (ISSN: 2528-648X) Vol. 1 No.2, Juli 2017. *Jurnal Vol.1 No.2*, 45–60.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Suparmi. (2017). DETERMINAN KEHAMILAN TIDAK DIINGINKAN DI INDONESIA (ANALISIS DATA SEKUNDER RISKESDAS 2013). *Revista Brasileira de Ergonomia. Jurnal Vol.3 No.2*.
- Tawas, V. B. J., Poputra, A. T., & Lambey, R. (2017). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Tarif Pajak, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pelaporan Spt Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Pada Kpp Pratama Bitung). *Jurnal EMBA, ISSN 2303-1174*, 4(4), 912–921.
- Widowati, R. B. (2017). Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Atas Ekspor / Impor Barang Kena Pajak (Studi Kasus PT Astra Honda Motor yang Melakukan Impor Kendaraan Toyota Dari Jepang). *Jurnal Repertorium*, 4, 87–94.
- Yuniati, M., & Amini, R. (2020). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Daya Beli Masyarakat Ntb. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(2), 362–368.