

---

**DAMPAK KENAIKAN TARIF PPN DAN  
KEMUDAHAN TRANSAKSI DIGITAL TERHADAP  
GAYA HIDUP KONSUMTIF MASYARAKAT  
JAKARTA DI USIA 20 – 30 TAHUN**

---

**Skripsi**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh gelar Sarjana Akuntansi



*Disusun oleh :*

**RIZMA ARINDY**  
**21110030**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PERTIWI  
2025**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING



Nama : Rizma Arindy  
NIM : 21110030  
Progrm Studi : SI Akuntansi  
Judul Skripsi : Dampak Kenaikan Tarif PPN dan Kemudahan Transaksi Digital Terhadap gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di Usia 20 – 30 Tahun

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk dilaksanakan

Disetujui pada:

Hari: Sabtu, Tanggal: 23 Agustus 2025

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Fitrawansyah, S.E., M.Ak., Ak., CA  
NIDN: 0412107403

Dyah Shinta Kusumaningtyas, S.E., M.M.S.I.  
NIDN: 0425099306

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi

Siti Nuridah, S.E., M.Ak  
NIDN: 0411129003

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



Nama : Rizma Arindy  
NIM : 21110030  
Progrm Studi : S1 Akuntansi  
Judul Skripsi : Dampak Kenaikan Tarif PPN dan Kemudahan Transaksi Digital Terhadap gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di Usia 20 – 30 Tahun

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Sidang  
Panitia Penguji Skripsi Universitas Pertiwi  
pada hari Sabtu tanggal 23 Agustus 2025

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Siti Nuridah, S.E., M.Ak NIDN: 0411129003	Ketua Program Studi Akuntansi	
Fitrawansyah, S.E., M.Ak., Ak., CA NIDN: 0412107403	Pembimbing 1	
Dyah Shinta Kusumaningtyas, S.E., M.M.S.I NIDN: 0425099306	Pembimbing 2	

Mengetahui,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pertiwi

Fa'uzobihi, S.Pd, M.Pd  
Dekan

LEMBAR PERSETUJUAN SUBMIT ARTIKEL



Nama : Rizma Arindy  
NIM : 21110030  
Progrm Studi : SI Akuntansi  
Judul Skripsi : Dampak Kenaikan Tarif PPN dan Kemudahan Transaksi Digital Terhadap gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di Usia 20 – 30 Tahun

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk dilaksanakan

Disetujui pada:

Hari: Sabtu Tanggal: 23 Agustus 2025

Pembimbing 1

Fitrawansyah, S.E., M.Ak., Ak., CA  
NIDN: 0412107403

Pembimbing 2

Dyah Shinta Kusumaningtyas, S.E., M.M.S.I.  
NIDN: 0425099306

Mengetahui,

Ketua Jurusan Bisnis

Siti Nuridah, S.E., M.Ak.  
NIDN: 0411129003

Dekan  
Fakultas Bisnis & Teknologi

Fa'uzobihi, S.Pd., M.Pd.  
NIDN: 0403128806

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswa Universitas Pertiwi

Nama : Rizma Arindy

NIM : 21110030

Progrm Studi : S1 Akuntansi

Judul Skripsi : Dampak Kenaikan Tarif PPN dan Kemudahan Transaksi Digital Terhadap gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di Usia 20 – 30 Tahun

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya/penelitian dan tulisan sendiri, bukan buatan orang lain, dan tidak menjiplak karya ilmiah orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya.
2. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain, dipastikan telah saya tulis sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan cita penulisan karya ilmiah.
3. Menyerahkan hak cipta dan kepemilikan skripsi ini kepada Universitas Pertiwi untuk digunakan dalam penelitian, publikasi, dan pengembangan keilmuan.
4. Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiasi dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi, termasuk pencabutan gelar akademik yang saya sandang sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Dinyatakan di

Bekasi, 28 Agustus 2025



Rizma Arindy

## ABSTRAK

Nama : Rizma Arindy  
NIM : 21110030  
Program Studi : S1 Akuntansi  
Judul : Dampak Kenaikan Tarif PPN dan Kemudahan Transaksi Digital Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di Usia 20-30 Tahun  
Pembimbing 1 : Fitrawansyah, S.E., M.Ak., Ak., CA  
Pembimbing 2 : Dyah Shinta Kusumaningtyas, S.E., M.M.S.I.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan kemudahan transaksi digital yang merupakan dua faktor penting yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat kota, khususnya kelompok usia produktif. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling dan melibatkan 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif. Kemudahan transaksi digital memiliki pengaruh yang lebih dominan dibanding kenaikan tarif PPN. Temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi memiliki peran kuat dalam mendorong perilaku konsumtif, bahkan di tengah tekanan kebijakan fiskal. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi kebijakan pajak yang adaptif terhadap perilaku konsumsi generasi muda serta penguatan literasi keuangan digital di masyarakat.

Kata Kunci : Pajak Pertambahan Nilai, Transaksi Digital, Gaya Hidup Konsumtif, Masyarakat Jakarta, Generasi Muda

## **ABSTRACT**

*Name* : Rizma Arindy  
*NIM* : 21110030  
*Program* : Bachelore Accounting  
*Title* : *The Impact of the Increase in VAT Rates and Ease of Digital Transactions on the Consumptive Lifestyle of Jakarta People at the Age of 20-30 Years*  
*Supervisor 1* : Fitrawansyah, S.E., M.Ak., Ak., CA  
*Supervisor 2* : Dyah Shinta Kusumaningtyas, S.E., M.M.S.I.

*This research purpose to examine the effect of increasing Value Added Tax (VAT) rates and the easiness of digital transactions, which are two important factors that influence the consumption patterns of urban communities, especially the productive age group. The method used was descriptive quantitative with purposive sampling technique and involved 100 respondents. Data was collected through a questionnaire using a 5 point Likert scale and analyzed using multiple linear regression. The research results show that the two independent variables, both partially and simultaneously, have a significant effect on consumer lifestyle. The ease of digital transactions has a more dominant influence than the increase in VAT rates. These findings confirm that digitalization has a strong role in encouraging consumer behavior, even amidst fiscal policy pressures. This research contributes to the development of tax policy strategies that are adaptive to the consumption behavior of the younger generation as well as strengthening digital financial literacy in society.*

**Keywords :** *Value Added Tax, Digital Transactions, Consumptive Lifestyle, Jakarta Society, Young Generation*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya yang selalu memberi penulis kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu, yang berjudul "Dampak Kenaikan Tarif PPN dan Kemudahan Transaksi Digital terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di Usia 20-30 Tahun." Skripsi ini merupakan syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Prodi Akuntansi di Universitas Pertiwi.

Penulis menghadapi banyak tantangan dan hambatan selama penyusunan skripsi ini, tetapi berhasil melaluinya berkat bantuan moral dan spiritual dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Arif Nugroho, B.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Pertiwi
2. Dr. Sri Mulyani, S.E., M.M., selaku Wakil Rektor 1 Universitas Pertiwi
3. Fa'uzobihi, S.Pd, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Teknologi Universitas Pertiwi
4. Siti Nuridah, S.E, M.Ak, Selaku Ketua Jurusan Akuntansi
5. Fitrawansyah, S.E., M.Ak., Ak., CA, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama penyusunan skripsi
6. Dyah Shinta Kusumaningtyas, S.E., M.M.S.I, yang telah dengan senang hati bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama penyusunan skripsi.
7. Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua saya, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala kasih sayang dan bantuan yang telah diberikan selama ini, dalam mendidik dan membimbing penulis, sehingga penulis mampu bertahan dalam usahanya untuk meraih cita-cita dan keinginannya. Semua pencapaian penulis dan hal-hal positif yang diperolehnya adalah hasil dari doa dan restu.
8. Keluarga Akuntansi Regular Pagi Kampus Cililitan, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua hal baik dan kenangan indah yang telah kita lalui bersama yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

9. Para Sahabat dan teman dekatku yang selalu mendukung sejak awal Meriska Dwi Safitri, Abdul Kodir, dan Afik Zainul Wafa. Terimakasih atas hal-hal baik yang telah diberikan, dan juga dukungan kepada penulis selama melakukan penulisan serta penelitian ini hingga selesai.
10. Sahabat seperjuangan penulis “Gibah Squad” yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas *support* dan bantuannya selama menjalankan penulisan serta penelitian ini.
11. Terakhir, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada diri sendiri, **Rizma Arindy**. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski tidak semua hal berjalan sesuai harapan. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah sering kali tak terlihat. Penulis bangga kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai fase sulit dalam kehidupan ini. Semoga ke depannya, raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap proses kehidupan. Mari terus bekerja sama untuk tumbuh dan berkembang, menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Bekasi, 28 Agustus 2025



Rizma Arindy

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SUBMIT ARTIKEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan dan Batasan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kebaruan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	15
1.5.1 Manfaat Teoritikal dan Akademis.....	15
1.5.2 Manfaat Manajerial dan Praktikal .....	16
1.6 Organisasi Skripsi .....	16
<b>BAB II TINJAUAN LITERATUR, KERANGKA PEMIKIRAN &amp; PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>18</b>
2.1 Tinjauan Literatur .....	18
2.1.1 Tinjauan Dasar .....	19
2.1.2 Pajak Pertambahan Nilai .....	19

2.1.3	Kemudahan Transaksi Digital.....	23
2.1.4	Gaya Hidup Konsumtif.....	26
2.2	Kerangka Pemikiran .....	33
2.3	Pembangunan Hipotesis.....	36
2.3.1	Dampak Kenaikan PPN Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di Usia 20-30 Tahun .....	39
2.3.2	Kemudahan Transaksi Digital Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di Usia 20-30 Tahun .....	40
2.3.3	Hubungan Simultan Kenaikan Tarif PPN dan Kemudahan Transaksi Digital terhadap Gaya Hidup Konsumtif .....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1	Desain Penelitian .....	43
3.2	Konteks Penelitian .....	44
3.3	Waktu dan tahapan Penelitian.....	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4.1	Jenis dan Sumber Data .....	44
3.4.2	Populasi dan Sampel .....	45
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.5	Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel.....	48
3.6	Teknik Analisis Data .....	48
3.6.1	Uji Deskriptif.....	49
3.6.2	Uji Kualitas Data .....	49
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	51
3.6.4	Metode Pengujian Hipotesis.....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>55</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	55

4.1.1	Profil Responden .....	55
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	56
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	56
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
3.	Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	57
4.2	Asumsi Klasik.....	59
4.2.1	Hasil Uji Normalitas.....	59
4.2.2	Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
4.2.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.3	Validitas dan Realibilitas .....	62
4.3.1	Hasil Uji Validitas .....	62
4.3.2	Hasil Uji Realibilitas .....	67
4.4	Analisis Hipotesis.....	69
4.4.1	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	69
4.4.2	Hasil Uji Determinasi .....	70
4.4.3	Hasil Uji T Parsial .....	71
4.4.4	Hasil Uji F simultan .....	73
4.5	Pembahasan Hipotesis .....	76
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>		<b>78</b>
5.1	Kesimpulan .....	78
5.2	Saran .....	78
1.	Saran untuk Pemerintah.....	78
2.	Saran untuk Masyarakat .....	79
3.	Saran untuk Penelitian Lanjutan.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penerimaan Pajak Penghasilan dan PPN & PPn BM Tahun 2020 – 2024 .....	6
Tabel 3. 1 Desain Penelitian.....	43
Tabel 3. 2 Bobot kuesioner Skala Likert.....	47
Tabel 3. 3 Operasional Variabel .....	48
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4. 2 Jenis kelamin .....	57
Tabel 4. 3 Hasil Uji Descriptive Statistic .....	57
Tabel 4. 4 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	59
Tabel 4. 5 Coefficients <sup>a</sup> .....	61
Tabel 4. 6 Coefficients <sup>a</sup> .....	62
Tabel 4. 7 Uji Validitas .....	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Data Correlations .....	64
Tabel 4. 9 Hasil Validitas.....	64
Tabel 4. 10 Uji Validitas .....	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas X2.....	66
Tabel 4. 12 Uji Validitas Y .....	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Y .....	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas X1 .....	67
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas X2 .....	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Y .....	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi .....	69
Tabel 4. 19 Hasil Uji Determinasi.....	71
Tabel 4. 20 Hasil Uji T .....	71
Tabel 4. 21 Hasil Uji F .....	73
Tabel 4. 22 Tabel F .....	74
Tabel 4. 23 Coefficients <sup>a</sup> .....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4. 1 Regresi Plot.....	59
Gambar 4. 2 Histogram.....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A Kuisisioner .....	89
Lampiran B Statistik .....	101
Lampiran C Administrasi Skripsi.....	107

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Terwujudnya sebuah negara yang maju dan berkembang memerlukan adanya kolaborasi yang harmonis antara masyarakat dengan pemerintah. Kesadaran setiap warga negara untuk turut serta dalam pembangunan, baik pada sektor ekonomi maupun infrastruktur, menjadi kunci utama dalam pencapaian tujuan tersebut. Namun, permasalahan pendanaan menjadi salah satu kendala utama dalam proses pembangunan saat ini. Salah satu sumber pendanaan negara yang terbesar yaitu dari sektor pajak. Menurut Direktorat Jenderal Pajak (2021), pajak menjadi sumber utama penerimaan negara yang dialokasikan untuk mendukung pembangunan nasional, termasuk penyediaan infrastruktur serta layanan publik. Selain berfungsi sebagai pendanaan pembangunan, pajak juga memiliki peran penting sebagai penopang dalam memperbaiki kondisi perekonomian masyarakat (DJKN, 2021). Lebih dari itu, pajak merupakan bentuk nyata partisipasi masyarakat dalam memajukan negara, sebab melalui pembayaran pajak masyarakat secara langsung berkontribusi pada keberlangsungan pembangunan (Tax Center BINUS, 2021;Kompasiana, 2021).

Pajak adalah kewajiban yang harus dibayarkan masyarakat kepada negara sebagai bentuk kontribusi dalam membiayai pengeluaran pemerintah dan pembangunan nasional. Mardiasmo (2018) menekankan bahwa penerimaan pajak dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) menjadi sumber penerimaan terbesar negara, di mana Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menduduki

posisi kedua setelah Pajak Penghasilan (PPh). PPN dipandang sebagai pajak tidak langsung yang dikenakan pada konsumen akhir setelah melalui rantai distribusi produksi, sehingga secara sistematis memiliki potensi besar dalam menopang fiskal negara. Berdasarkan UU Nomor 42 Tahun 2009 tentang PPN dan PPnBM, PPN adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa yang dikenakan secara bertingkat disetiap jalur produksi dan distribusi. Dengan pemahaman terhadap jenis pajak tersebut dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan pembayaran pajak serta mendukung program pemerintah dalam meningkatkan penerimaan negara.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah salah satu bentuk pajak konsumsi yang memiliki peran paling strategis dalam struktur penerimaan negara Indonesia. Sebagai pajak tidak langsung, PPN dikenakan pada setiap tahap distribusi barang dan jasa, namun beban akhirnya ditanggung oleh konsumen akhir (Waluyo, 2019). Dengan demikian, perubahan tarif PPN akan secara langsung berpengaruh pada harga barang/jasa yang dikonsumsi masyarakat, serta daya beli secara umum. Seiring berlakunya Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), pemerintah menetapkan perubahan tarif PPN dari 10% menjadi 11% pada April 2022 dan rencana peningkatan lebih lanjut ke 12% pada Januari 2025. Kebijakan ini merupakan upaya untuk memperluas basis penerimaan negara, terutama setelah tekanan fiskal akibat pandemi COVID-19 (Liyana, 2021). Namun, fenomena di lapangan menunjukkan konsekuensi yang beragam. Dari sisi makroekonomi, Lanang & Ekowati (2024) menemukan bahwa kenaikan tarif PPN memberikan kontribusi positif pada penerimaan pajak dan memiliki pengaruh terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Hal ini sejalan dengan

teori perpajakan yang menyatakan bahwa peningkatan penerimaan fiskal dapat memperkuat kapasitas negara dalam membiayai pembangunan (Liyana, 2021).

Fenomena kenaikan PPN di Indonesia dapat digambarkan sebagai kebijakan fiskal dengan *trade-off*. Di satu sisi, kebijakan ini memperkuat penerimaan negara untuk mendukung stabilitas fiskal dan pembangunan. Namun, di sisi lain, terdapat dampak negatif berupa berkurangnya daya beli masyarakat, meningkatnya inflasi, dan tekanan terhadap sektor UMKM yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Di sisi lain, dampak negatif juga muncul, terutama pada konsumsi masyarakat. Rahmawati & Hartono (2022) menunjukkan bahwa kenaikan PPN 11% berkontribusi terhadap kenaikan inflasi dan penurunan konsumsi rumah tangga. Inflasi ini terjadi karena harga barang dan jasa meningkat, sehingga daya beli masyarakat berkurang. Hal ini juga sesuai dengan pandangan Waluyo (2019), bahwa PPN bersifat regresif: meskipun tarifnya sama, beban relatif lebih berat ditanggung oleh kelompok berpendapatan rendah.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi, pola konsumsi masyarakat Indonesia mengalami perubahan yang signifikan. Generasi muda, khususnya kelompok usia produktif 20–30 tahun, kini menjadi pendorong utama konsumsi di perkotaan. Pola konsumsi mereka tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan dasar, tetapi juga oleh faktor gaya hidup, tren, dan kemudahan teknologi digital. Menurut laporan Katadata (2022), lebih dari 70% generasi muda perkotaan mengalokasikan pendapatan mereka untuk kebutuhan gaya hidup, seperti kuliner, fashion, hiburan, dan belanja online. Fenomena ini memperlihatkan adanya pergeseran konsumsi dari kebutuhan primer ke arah konsumsi berbasis keinginan.

Kegiatan konsumsi bagi negara berkembang seperti Indonesia merupakan salah satu kegiatan ekonomi utama yang dilakukan, maka dari itu semakin bertambah kegiatan konsumsi masyarakat berarti akan berpengaruh kepada jumlah penerimaan PPN (Wijayanti, 2015:23). Kegiatan ekonomi memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan negara. Oleh karena itu, keberlanjutan penerimaan negara dari sektor konsumsi, seperti Pajak Pertambahan Nilai (PPN), perlu didukung oleh sinergi antara faktor internal seperti kebijakan perpajakan dan tingkat kepatuhan wajib pajak, serta faktor eksternal seperti stabilitas inflasi dan nilai tukar (Wisnu Saka Saputra, 2024; Pajak.com, 2025). Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa PPN memiliki hubungan erat dengan kegiatan ekonomi. Pemerintah telah menerapkan sistem dalam pembayaran pajak yaitu self assessment system. Self assessment system ini merupakan sistem pemungutan pajak dimana wajib pajak dapat menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak terutang oleh wajib pajak. Perkembangan teknologi digital juga menghadirkan tantangan baru dalam perilaku konsumsi. Data Bank Indonesia (2023) mencatat bahwa transaksi uang digital pada tahun 2022 sudah mencapai Rp 399,6 triliun, naik lebih dari 30% dibanding tahun sebelumnya. Inovasi sistem pembayaran digital, seperti QRIS, e-wallet, dan mobile banking, telah mengubah cara masyarakat bertransaksi, dari yang semula berbasis tunai menjadi *cashless society*. Ditambah dengan promosi seperti cashback, diskon, dan gratis ongkos kirim, generasi muda semakin terdorong untuk melakukan konsumsi secara impulsif. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler & Keller (2016) dalam teori perilaku konsumen, bahwa faktor

kemudahan, promosi, dan akses teknologi dapat mempercepat keputusan pembelian bahkan untuk barang yang tidak termasuk kebutuhan pokok.

Beberapa penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa kenaikan tarif PPN memiliki potensi memengaruhi daya beli masyarakat dan pola konsumsi, khususnya di kalangan konsumen muda perkotaan yang sensitif terhadap harga namun memiliki kecenderungan konsumtif (Liyana, 2021; Harahap & Pohan, 2022). Perubahan tersebut tentu memberikan dampak terhadap perekonomian Indonesia (Liyana, 2021). Peningkatan tarif PPN menjadi 11% pada tahun 2022 menimbulkan kekhawatiran di kalangan masyarakat. Setelah pandemi Covid-19 dan kondisi ekonomi yang belum sepenuhnya pulih, kekhawatiran terkait kenaikan harga komoditas yang berpotensi memicu inflasi menjadi keresahan, baik bagi pelaku usaha maupun masyarakat umum. Oleh karena itu, penting untuk terlebih dahulu menganalisis dampak kenaikan tarif PPN terhadap perekonomian makro. Hal ini perlu menjadi perhatian serius bagi Pemerintah Indonesia (Liyana, 2021).

Kenaikan PPN 11% pada Undang-Undang No 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan dapat menyebabkan daya beli konsumen pada setiap Pengusaha Kena Pajak ini menurun dan mencari harga termurah maupun terbaik dikarenakan banyaknya barang yang dijual Pengusaha Kena Pajak yang naik. Selain itu, membuat Pengusaha Kena Pajak memikirkan tentang harga jual dan perolehan bagi *income* mereka dan keuntungannya akan diperkirakan dapat memulihkan pendapatan negara untuk memulihkan kondisi ekonomi di Indonesia mengalami kenaikan Pajak Pertambahan Nilai menjadi 11%. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan daya jual. Namun, beberapa pendapat menyatakan bahwa

penurunan daya beli konsumen hanya bersifat sementara dan akan kembali normal karena kenaikan PPN dianggap sebagai sesuatu yang pasti terjadi (Larasati & Wibowo, 2022).

Tabel 1. 1

## Penerimaan Pajak Penghasilan dan PPN &amp; PPn BM Tahun 2020 – 2024

Sumber Penerimaan – Keuangan	Realisasi Pendapatan Negara (Milyar Rupiah)								
	2020	2021	% Naik	2022	% Naik	2023	% Naik	2024	% Naik
Penerimaan Perpajakan									
Pajak Penghasilan	594.033,33	696.676,60	17,28%	998.213,80	43,28%	1.040.798,40	4,27%	1.139.783,70	9,51%
PPN & PPn BM	450.328,06	551.900,50	22,56%	687.609,50	24,59%	742.264,50	7,95%	811.365,00	9,31%

Sumber: Kementerian Keuangan

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa penerimaan pajak yang berasal dari PPN dan PPnBM selama periode 2020 hingga 2024 mengalami fluktuasi persentase. Pada tahun 2021, PPN dan PPnBM mengalami kenaikan sebesar 22,56% dibandingkan tahun 2020. Selanjutnya, pada tahun 2022 kembali meningkat sebesar 24,59% dibanding tahun sebelumnya. Namun, pada tahun 2023 terjadi penurunan hingga 7,95% dari tahun 2022, sementara pada tahun 2024 menunjukkan kenaikan tipis sebesar 9,31% dibandingkan tahun 2023.

Kenaikan tarif PPN ini tentunya akan berdampak pada perilaku konsumtif masyarakat. Tingkat konsumsi masyarakat ditentukan oleh pola perilaku mereka dalam menggunakan barang ataupun jasa. Individu dapat melakukan konsumsi atas barang atau jasa berdasarkan kebutuhan atau sekadar keinginan. Seseorang dikatakan bersifat konsumtif apabila menggunakan barang ataupun jasa yang sebenarnya kurang diperlukan atau bahkan tidak dibutuhkan (Dewi et al., 2017;

Mustomi & Puspasari, 2020; Pulungan & Febriaty, 2018). Tanpa disadari, di era modern yang serba canggih ini manusia semakin mudah dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Mulai dari generasi tua hingga generasi Z turut merasakan kemudahan tersebut. Pesatnya perkembangan teknologi juga telah mengubah pola hidup masyarakat. Saat ini, sebagian besar kebutuhan masyarakat dipenuhi melalui teknologi yang sekaligus mempermudah mereka dalam menjalani aktivitas sehari-hari (Suryaningsih et al., 2023). Ekosistem pembayaran digital di Indonesia sudah bertransformasi pesat dalam 20 tahun terakhir. Perkembangan pembayaran digital didorong oleh pertumbuhan ekonomi yang cepat dan pesatnya adopsi smartpone. Pandemi COVID-19 telah mengubah paradigma dalam kebiasaan sistem pembayaran, di mana permintaan terhadap transaksi non-tunai meningkat karena dorongan untuk menghindari kontak fisik. Perkembangan teknologi yang tanpa batas semakin memudahkan masyarakat dalam memenuhi berbagai kebutuhan mereka (Kusmiati & Kurnianingsih, 2022). Sejalan dengan itu, penyedia layanan pembayaran digital terus melakukan pengembangan pada sistem mereka seiring hadirnya sistem pembayaran non-tunai yang semakin modern (Laloan et al., 2023).

Tetapi, dibalik kemudahan yang ditawarkan, terdapat dampak negatif yang muncul, yaitu perilaku konsumtif. Banyak orang tidak menyadari bahwa mereka telah terjebak dalam perilaku tersebut. Lalu, apa yang dimaksud dengan perilaku konsumtif? Perilaku konsumtif merupakan gaya hidup seseorang yang gemar membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang. Kenaikan tarif PPN dan kemudahan transaksi digital berpotensi memberikan dampak yang signifikan

terhadap pola konsumsi masyarakat (Wardhani et al., 2024). PPN sebagai pajak atas penjualan barang dan jasa akan secara langsung menaikkan harga barang konsumsi sehari-hari, sehingga mengakibatkan peningkatan biaya hidup bagi masyarakat (Hajatina & Hasanah, 2024). Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk mengadaptasi perilaku konsumtif mereka guna menyikapi perubahan ini secara efektif. Perilaku ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya ialah beban pajak yang harus ditanggung oleh konsumen. Sehingga dengan adanya kenaikan tarif PPN, dikhawatirkan akan semakin mendorong perilaku konsumtif masyarakat Jakarta yang akan berdampak pada kondisi keuangan rumah tangga (Sari & Maryani, 2025). Kenaikan tarif PPN ini dapat menyebabkan kenaikan biaya hidup masyarakat. Karena barang-barang dan jasa yang dikenakan PPN akan menjadi lebih mahal, sehingga konsumen perlu mengeluarkan biaya lebih untuk membeli barang-barang tersebut (MediaAkademik.com, 2025). Kemudian, dampak lain dari kenaikan tarif PPN juga akan menurunkan daya beli konsumen sehingga konsumen cenderung akan mengurangi pembelian barang dan jasa. Hal tersebut akan berdampak pada perubahan perilaku konsumtif masyarakat (Hajatina & Hasanah, 2024).

## **1.2 Rumusan dan Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terstruktur, terfokus, dan tidak melebar, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kenaikan tarif PPN dan Kemudahan Transaksi Digital, dengan daya ukur berupa pengaruh terhadap perubahan gaya hidup konsumtif masyarakat pada usia 20–30 tahun. Penelitian ini akan membahas bagaimana kenaikan tarif PPN berdampak pada perilaku konsumsi,

termasuk pengeluaran untuk kebutuhan gaya hidup seperti hiburan, makanan dan minuman, produk digital, hingga kebutuhan sekunder lainnya.

Indikator dalam penelitian ini meliputi perubahan pengeluaran konsumtif, pergeseran prioritas konsumsi, serta frekuensi pembelian produk gaya hidup di kalangan masyarakat usia 20–30 tahun, sebagai respon terhadap kenaikan tarif PPN terbaru yang diberlakukan oleh pemerintah melalui kementerian keuangan dan kemudahan digital yang ada saat ini.

Berikut adalah rumusan masalah dari penelitian ini :

1. Berapa besar pengaruh kenaikan tarif PPN terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Jakarta usia 20–30 tahun?
2. Berapa besar pengaruh kenaikan tarif PPN terhadap kemudahan transaksi digital terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Jakarta usia 20–30 tahun?
3. Seberapa besar pengaruh kenaikan tarif PPN dan kemudahan transaksi digital secara bersama-sama terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Jakarta usia 20–30 tahun?

Diharapkan pertanyaan-pertanyaan di atas dapat membantu dalam merumuskan masalah penelitian dengan baik.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan suatu penelitian merupakan suatu indikasi kearah mana penelitian itu dilakukan atau data-data serta informasi apa yang ingin dicapai dari penelitian itu. Tujuan penelitian dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang nyata, yang dapat diamati dan di ukur. Jadi bukan sebuah kalimat tanya, melainkan, tujuan merupakan

hasil yang ingin dicapai dalam penelitian, tujuan ini merupakan hal yang sangat pokok dan mendasari sebuah penelitian karena seseorang melakukan penelitian untuk memenuhi rasa ingin tahunya dan rasa ingin tahu itulah yang melahirkan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan dalam penelitian harus dipatuhi secara sistematis dan berurutan dimulai, karena setiap langkah memiliki hubungan logis yang tidak boleh tertukar (Paul et al., 2021; West & Martin, 2025). Selain itu, penelitian juga tidak hanya bertujuan untuk menemukan hal baru, tetapi juga bisa digunakan untuk menguji kembali atau memperbaiki kesimpulan yang sudah ada sebelumnya. Dengan metode yang tepat, penelitian bisa menunjukkan bahwa kesimpulan lama perlu direvisi atau disesuaikan dengan kondisi sekarang (Research-Studies-Press, 2024).

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh kenaikan tarif PPN terhadap perilaku konsumtif masyarakat Jakarta. Penelitian ini akan mengidentifikasi sejauh mana kenaikan tarif PPN mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat, apakah masyarakat cenderung mengurangi konsumsi atau justru tetap konsumtif meskipun dengan biaya yang lebih tinggi. Dan juga untuk mengukur presentase kenaikan biaya hidup Masyarakat Jakarta setelah diberlakukannya kenaikan tarif PPN. Penelitian ini akan menghitung persentase kenaikan biaya hidup yang dialami masyarakat Jakarta setelah penerapan kenaikan tarif PPN, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai dampak ekonomi langsung dari kebijakan tersebut.

#### 1.4 Kebaruan Penelitian

Kebaruan penelitian merupakan bagian penting yang menunjukkan kontribusi unik terhadap bidang ilmu yang sedang diteliti. Dalam konteks ini, beberapa sumber dari jurnal nasional menjelaskan pentingnya kebaruan dalam penelitian. Misalnya, artikel dari Dunia Dosen menekankan bahwa kebaruan adalah unsur penting dalam kegiatan penelitian yang dapat membantu peneliti menemukan dan memahami aspek-aspek baru yang diperlukan dalam penelitian (Dunia Dosen, 2023). Penerbit Deepublish juga menjelaskan bahwa kebaruan dalam karya ilmiah dapat menarik perhatian pembaca, sedangkan artikel dari UGM menekankan bahwa riset sebaiknya memenuhi unsur kebaruan dan dapat diuji ulang (UGM, 2023).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang dampak kenaikan tarif PPN dan kemudahan transaksi digital terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat masing-masing memiliki karakteristiknya sendiri yang terkait dengan topik tersebut :

1. Penelitian Alifatus Fadjar Kurnaini & Imelda D. Rahmawati (2024)

Penelitian yang berjudul “*Analisis Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap Daya Beli Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo*” menunjukkan **Hasil** : Kenaikan PPN mendorong kenaikan harga barang/jasa; daya beli kelompok berpendapatan rendah/menengah paling terdampak. Kemudian respon dari masyarakatnya adalah menunda pembelian, mengurangi kuantitas, beralih ke alternatif lebih murah. Implikasi: potensi perlambatan konsumsi bila tak diimbangi kebijakan mitigasi.

2. Penelitian Putri Kesuma Wardani dkk. (2025)

Penelitian yang berjudul "*Pengaruh E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kalangan Mahasiswa*" menunjukkan **Hasil** : E-wallet meningkatkan perilaku konsumtif lewat kemudahan transaksi dan promosi.

3. Penelitian Nurul Kharisma (2023)

Penelitian yang berjudul "*Analisis Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Masyarakat Dan Inflasi Di Indonesia*" menunjukkan **Hasil** : Kenaikan PPN 10% ke 11% menimbulkan pro-kontra; dianggap menambah beban pengeluaran, tapi dampaknya terhadap inflasi relatif ringan karena komoditas primer yang terpengaruh minim.

4. Penelitian Siti maryam, Esti Dwi Rahmawati, Taufiq NM (2025)

Penelitian yang berjudul "*Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Peran Literasi Keuangan dan Electronic Wallet*" menunjukkan **Hasil** : E-wallet berpengaruh positif signifikan; literasi keuangan tidak signifikan, gaya hidup memoderasi.

5. Penelitian Rabani et al. (2025) (FEB UNNES)

Penelitian yang berjudul "*Dampak Kenaikan PPN 12% terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat Indonesia*" menunjukkan **Hasil** : Sedikit penurunan konsumsi, terutama di kalangan pengeluaran sekunder; kelompok menengah ke bawah lebih rentan.

6. Penelitian David Christian Silitonga dkk. (2025)

Penelitian yang berjudul "*Analisis Dampak Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa*" menunjukkan **Hasil** :

penggunaan E-wallet dapat mempertinggi frekuensi transaksi dan keputusan pembelian, dan memicu perilaku konsumtif.

7. Penelitian Sari, Rukmi, Haryati, & Fiorintari (2024)

Dalam Penelitian yang berjudul “*Dampak Perubahan Tarif PPN terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z*” menunjukkan **Hasil** : Penerapan PPN 11% tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. Hal ini menunjukkan penerpan PPN 11% tidak berdampak pada perilaku konsumtif Generasi Z dikarenakan kenaikan PPN 11% yang diterapkan oleh Kemetrian Keuangan hanya dikenakan pada beberapa jenis barang dan jasa tertentu yang tidak secara rutin dikonsumsi oleh Generasi Z, sehingga tidak dapat memengaruhi perilaku konsumtif generasi Z.

8. Penelitian Kwan & Sarjono (2024)

Penelitian yang berjudul “*Dampak Kenaikan tarif PPN terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia*” menunjukkan **Hasil** : Kenaikan tarif PPN berdampak pada seluruh lapisan masyarakat. Hal ini terutama berlaku bagi masyarakat kelas menengah dan bawah, karena PPN merupakan pajak objektif yang dipungut secara proporsional, tanpa memandang status kena pajak atau penghasilannya. Dengan kenaikan tarif PPN, masyarakat mempunyai dua pilihan. Salah satu pilihannya adalah menghemat uang dengan membeli lebih sedikit, atau mencari alternatif yang lebih murah.

9. Penelitian Safitri (2024)

Dalam penelitian “*Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Jakarta*” menemukan bahwa intensitas penggunaan

dompet digital berhubungan positif dengan meningkatnya perilaku konsumtif. Generasi Z cenderung melakukan pembelian impulsif karena kemudahan dan promo yang ditawarkan oleh platform e-wallet.

#### 10. Penelitian Ambarwati & Santoso (2024)

Penelitian "*Penerapan PPN pada Transaksi Digital dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Urban*" menunjukkan bahwa penerapan PPN pada layanan digital (seperti aplikasi streaming dan e-commerce) tidak serta merta menurunkan konsumsi, melainkan mengubah pola konsumsi masyarakat urban. Mereka lebih selektif dalam memilih layanan, tetapi tetap mempertahankan pengeluaran untuk kebutuhan hiburan dan gaya hidup.

Berdasarkan Penelitian Terdahulu diatas, kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus yang mendalam terhadap dampak kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan kemudahan transaksi digital terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Jakarta, khususnya di kalangan usia 20-30 tahun. Dikarenakan belum ada penelitian yang menggabungkan kedua variabel (kenaikan tarif PPN dan kemudahan transaksi digital secara simultan) dan meneliti efek khusus pada gaya hidup konsumtif generasi muda di kota besar seperti Jakarta, penelitian ini mengisi celah yang ada dalam literatur yang sebelumnya lebih banyak membahas pengaruh PPN secara umum tanpa melihat bagaimana hal tersebut mempengaruhi perilaku konsumsi individu, terutama di kalangan generasi muda yang sangat dipengaruhi oleh teknologi dan tren digital (Kemenkeu, 2023; Humas Setkab, 2022). Dengan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data primer

melalui kuesioner, penelitian ini berusaha memberikan wawasan baru tentang bagaimana kenaikan tarif PPN dan kemudahan dalam bertransaksi secara digital dapat mengubah cara masyarakat mengelola pengeluaran dan prioritas konsumsi mereka. Selain itu, penelitian ini menggabungkan berbagai sudut pandang termasuk faktor sosial dan psikologis, untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang perilaku konsumtif di era digital, di mana individu sering kali terpengaruh oleh iklan dan promosi yang ada (Yulianti & Nugraha, 2022). Dengan demikian, diharapkan penelitian ini tidak hanya menambah pengetahuan yang ada, tetapi juga memberikan informasi berharga bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk menghadapi dampak kebijakan fiskal terhadap masyarakat.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritikal dan Akademis**

Penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam bidang ekonomi terutama dalam memahami dampak dari kebijakan kenaikan tarif PPN terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Dengan menganalisis Tingkat konsumsi masyarakat Jakarta setelah terjadi kenaikan tarif PPN, penelitian ini diharapkan akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kebijakan fiskal dapat mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat. Serta memperluas literatur mengenai pengaruh faktor ekonomi dan teknologi terhadap gaya hidup konsumtif, khususnya pada generasi muda. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi

peneliti lain dalam mengembangkan teori ekonomi terkait kebijakan fiskal dan perilaku konsumtif.

### **1.5.2 Manfaat Manajerial dan Praktikal**

Penelitian ini juga memiliki manfaat praktis yang signifikan. Dengan meneliti pengaruh kenaikan tarif PPN terhadap perilaku konsumtif masyarakat Jakarta, penelitian ini juga dapat memberikan informasi yang berguna bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan ekonomi yang lebih efektif dan berdampak positif bagi masyarakat. Selain itu, dengan mengukur presentase kenaikan biaya hidup masyarakat Jakarta setelah diberlakukannya kenaikan tarif PPN, Penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai dampak ekonomi langsung dari kebijakan tersebut, sehingga dapat menjadi dasar evaluasi kebijakan yang telah dilakukan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat penting baik dari segi teoritis maupun praktis dalam memahami dampak dari kebijakan kenaikan tarif PPN terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

## **1.6 Organisasi Skripsi**

Bab 1 : Mendeskripsikan tentang latar belakang masalah, mengidentifikasi rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktikal, dan aspek-aspek ruang lingkup penelitian.

Bab 2 : Menjelaskan tentang berbagai teori yang membangun kerangka pemikiran. Mendiskusikan konstruk yang menjadi fokus dalam penelitian dan bagaimana hipotesa dibangun.

Bab 3 : Mendiskusikan hal-hal tentang metode penelitian. Dimulai dari bagaimana penelitian didesain. Dilanjutkan dengan konteks penelitian dan waktu yang dibutuhkan dalam penelitian.

Bab 4 : Bab ini menerapkan hasil analisis data yang telah diuji masing-masing dengan alat bantu pengolah data SPSS dan disertakan dengan pembahasan yang berkaitan dengan penelitian terdahulu serta landasan teori.

Bab 5 : Bab ini merupakan kesimpulan dan implementasi penelitian baik secara teoritis maupun empiris dan beberapa rekomendasi untuk peneliti yang akan mengambil tema yang sama.

## **BAB II**

### **TINJAUAN LITERATUR, KERANGKA PEMIKIRAN & PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Tinjauan Literatur**

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak konsumsi yang dibebankan kepada konsumen akhir atas setiap penyerahan barang dan jasa. Per April 2022, pemerintah Indonesia menaikkan tarif PPN dari 10% menjadi 11% melalui Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 (UU HPP), sebagai langkah pemulihan ekonomi. Kenaikan ini secara langsung menaikkan harga barang konsumsi, dan berpotensi memengaruhi pola konsumsi masyarakat, terutama kelompok usia muda (Kemenkeu, 2023; Humas Setkab, 2022). Di sisi lain, perkembangan teknologi finansial telah mendorong maraknya transaksi digital, seperti penggunaan e-wallet, QRIS, dan belanja online. Kemudahan dan kecepatan proses transaksi ini sering kali menyebabkan perilaku konsumtif, karena masyarakat cenderung belanja impulsif tanpa perencanaan matang (Bank Indonesia, 2023; Yulianti & Nugraha, 2022). Gaya hidup konsumtif sendiri adalah pola perilaku konsumsi yang berlebihan, didorong oleh keinginan, bukan kebutuhan. Hal ini banyak ditemukan pada masyarakat usia 20–30 tahun, yang kerap terpapar tren media sosial, iklan digital, serta kemudahan berbelanja online. Individu dengan gaya hidup konsumtif biasanya sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta lebih mudah terpengaruh oleh diskon dan promosi (Pulungan & Febriaty, 2021). Menurut teori perilaku konsumen, keputusan konsumsi dipengaruhi oleh harga, pendapatan, kemudahan akses, dan faktor psikologis. Dalam konteks ini, kenaikan PPN dapat

menekan daya beli, sementara transaksi digital justru memperkuat kecenderungan konsumtif, khususnya pada barang-barang gaya hidup (Kotler & Keller, 2021; Schiffman & Wisenblit, 2019).

### **2.1.1 Tinjauan Dasar**

### **2.1.2 Pajak Pertambahan Nilai**

Pajak Pertambahan Nilai atau PPN merupakan pungutan yang dibebankan atas transaksi jual-beli barang dan jasa yang dilakukan oleh wajib pajak pribadi atau wajib pajak badan yang telah menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP). Pajak Pertambahan Nilai dikenakan pada konsumen akhir, namun pemungutan dan penyetoran PPN menjadi kewajiban PKP. Setelah memungut serta menyetorkan Pajak Pertambahan Nilai atas transaksi barang maupun jasa kena pajak, PKP juga berkewajiban melaporkan PPN terutang (Online Pajak, 2022). Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara dengan potensi yang besar, dan diharapkan mampu menggerakkan roda perekonomian. Pemerintah senantiasa berupaya mengoptimalkan penerimaan pajak mengingat adanya peningkatan signifikan terhadap kebutuhan pembangunan serta berbagai persoalan perekonomian nasional yang sering terjadi (Agasie & Zubaedah, 2022). Berdasarkan UU Nomor 42 Tahun 2009 tentang PPN dan PPnBM, PPN merupakan pajak atas konsumsi barang dan jasa yang dikenakan secara bertahap pada setiap jalur produksi maupun distribusi. Pemahaman mengenai jenis-jenis pajak tersebut dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan pembayaran pajak serta mendukung program pemerintah dalam meningkatkan penerimaan negara.

Kebijakan kenaikan tarif PPN dari 10% menjadi 11% yang mulai diberlakukan pada 1 April 2022 merupakan bagian dari implementasi Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), dengan tujuan memperkuat penerimaan negara (Kementerian Keuangan RI, 2023). Akan tetapi, penerapan kebijakan tersebut berdampak langsung pada harga barang dan jasa di pasar, sehingga berpotensi menurunkan daya beli masyarakat (BI, 2023). Peningkatan tarif PPN ini juga dapat menimbulkan cost-push inflation, yakni inflasi yang terjadi akibat kenaikan biaya produksi atau beban perpajakan yang akhirnya dialihkan kepada konsumen.

Menurut (Nastiti dan Wahyudi, 2022), masyarakat yang terdampak akan melakukan penyesuaian konsumsi, seperti menunda pembelian, mencari alternatif barang lebih murah, atau mengurangi pengeluaran non-pokok. Hal ini berdampak pada pola konsumsi jangka pendek, terutama pada kelompok usia muda yang rentan terhadap fluktuasi harga dan gaya hidup konsumtif. (Wibowo & Faradilla, 2022) menyatakan bahwa meskipun PPN adalah instrumen fiskal yang efektif dalam jangka panjang, tanpa pengendalian dan sosialisasi yang baik, kebijakan ini dapat memperbesar beban ekonomi masyarakat perkotaan. Efek psikologis dari kenaikan harga yang cepat juga dapat mempercepat penurunan konsumsi dan menurunkan indeks kepercayaan konsumen.

### 2.1.2.1 Jenis-Jenis Pajak Pertambahan Nilai

Menurut Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), yang mengatur sistem perpajakan di Indonesia, PPN memiliki beberapa jenis utama, yaitu:

#### 1. PPN Standar

PPN standar dikenakan pada hampir semua barang dan jasa dengan tarif yang berlaku saat ini sebesar 11%. Berdasarkan kebijakan yang berlaku, tarif PPN ini direncanakan akan naik menjadi 12% pada 1 Januari 2025. Tarif ini mencakup sebagian besar transaksi barang dan jasa yang dilakukan dalam perekonomian, mulai dari barang konsumsi sehari-hari, hingga jasa yang digunakan oleh perusahaan dan individu.

#### 2. PPN Ditanggung Pemerintah (DTP)

PPN Ditanggung Pemerintah (DTP) merupakan pengaturan di mana pemerintah menanggung pembayaran PPN atas barang dan jasa tertentu. Tujuan dari pengaturan ini adalah untuk mengurangi beban konsumen, terutama dalam periode pemulihan ekonomi, dengan memberikan insentif pajak pada barang dan jasa yang diperlukan masyarakat, seperti kebutuhan pokok dan sektor-sektor yang mendukung pemulihan ekonomi.

#### 3. PPN Tidak Terutang

PPN tidak terutang berlaku pada transaksi ekspor dan transaksi lainnya yang diatur oleh pemerintah. Produk barang maupun jasa yang diekspor keluar negeri tidak dikenakan PPN karena tujuannya adalah

untuk menjaga daya saing produk Indonesia di pasar internasional. Selain itu, barang dan jasa tertentu yang termasuk dalam kategori bebas pajak, seperti barang kebutuhan pokok tertentu, juga dapat dibebaskan dari PPN.

#### **2.1.2.2 Tarif PPN di Indonesia**

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), tarif PPN mengalami perubahan sebagai bagian dari reformasi perpajakan. Mulai 1 April 2022, tarif PPN naik dari 10% menjadi 11%, dan direncanakan akan naik lagi menjadi 12% pada 1 Januari 2025. Tarif standar PPN tetap 11 % untuk sebagian besar barang dan jasa hingga 31 Desember 2024, seperti yang berlaku sejak April 2022. Mulai 1 Januari 2025, tarif PPN menjadi 12 %, secara selektif hanya dikenakan pada barang dan jasa mewah yang sebelumnya juga dikenai PPnBM.

#### **2.1.2.3 Dampak kenaikan Tarif PPN dan Gaya hidup konsumtif**

Kenaikan tarif PPN berpotensi untuk merubah pola gaya hidup generasi muda dalam jangka panjang. Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada barang dan jasa, termasuk barang konsumsi sehari-hari, dapat berdampak langsung pada daya beli masyarakat, terutama kelompok usia 20–30 tahun yang memiliki pendapatan relatif terbatas. Saat tarif PPN naik, harga barang dan jasa otomatis ikut meningkat, sehingga masyarakat dengan penghasilan menengah ke bawah merasakan penurunan kemampuan konsumsi mereka (Caesaria et al., 2024; Puteri et al., 2025). Hal ini mendorong perubahan gaya hidup generasi muda yang sebelumnya cenderung konsumtif menjadi lebih

selektif dan hemat, mereka mungkin mulai lebih berhati-hati dalam perencanaan keuangan dan belajar untuk mengatur anggaran mereka dengan lebih bijaksana. Hal ini bisa mendorong peningkatan budaya menabung dan investasi, serta semakin berhati-hatinya generasi muda dalam mengeluarkan uang untuk barang atau jasa yang tidak esensial. Berikut beberapa dampak dari kenaikan tarif PPN pada perilaku konsumtif masyarakat, yaitu :

- a) Menurunkan daya beli: Kenaikan harga barang dan jasa akibat PPN yang lebih tinggi akan menurunkan daya beli masyarakat, terutama bagi kelompok berpenghasilan rendah (Caesaria et al., 2024).
- b) Mengubah pola konsumsi: Konsumen mungkin beralih ke barang dan jasa yang lebih murah atau mengurangi konsumsi barang dan jasa yang tidak esensial (Puteri et al., 2025).
- c) Menunda pembelian: Konsumen mungkin menunda pembelian barang dan jasa yang tidak mendesak untuk menghemat pengeluaran (Direktorat Jenderal Pajak, 2025).
- d) Meningkatkan konsumsi barang dan jasa substitusi: Konsumen mungkin mencari barang dan jasa substitusi yang lebih murah untuk menggantikan barang dan jasa yang terkena PPN (Anggraini & Kusumastuti, 2022).

### **2.1.3 Kemudahan Transaksi Digital**

Transaksi digital merupakan aktivitas pembayaran atau pembelian barang dan jasa yang dilakukan secara digital melalui perangkat digital seperti *smartphone*, komputer, atau sistem berbasis cloud. Kemudahan transaksi

digital merujuk pada tingkat kenyamanan, kecepatan, dan aksesibilitas yang diberikan oleh teknologi digital dalam melakukan aktivitas pembayaran atau pembelian barang dan jasa tanpa menggunakan uang tunai secara fisik. Sebagai contoh, Chandra, Wismiarsi, dan Prayitno (2024) menemukan bahwa pengguna Gen Z ShopeePay cenderung melakukan pembelian impulsif, yang dipicu oleh interaktivitas aplikasi dan pengaruh sosial. Secara lebih luas, Kuswardhani, Sari, Yuniawan, dan Kusumawardhani (2025) melalui tinjauan sistematis menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan e-wallet secara signifikan berkorelasi positif dengan peningkatan frekuensi belanja akibat real-time transaksi, dan promosi digital. Transaksi ini umumnya dilakukan melalui e-wallet, mobile banking, QR Code, transfer online, atau aplikasi pembayaran digital lainnya. Kemudahan dalam transaksi digital telah memberikan pengaruh penting terhadap pola konsumsi masyarakat, terutama generasi muda.

Di era digital saat ini, kemudahan transaksi menjadi salah satu pendorong utama perubahan perilaku konsumen, terutama pada generasi muda. Kemudahan ini mencakup akses cepat, sistem otomatis, minim interaksi tunai, serta tersedianya berbagai fitur yang mempermudah konsumen untuk menyelesaikan transaksi kapan dan di mana saja (Bank Indonesia, 2023). Menurut (Yulianti dan Nugraha, 2022), perkembangan *fintech* (financial technology) seperti e-wallet, mobile banking, dan QRIS berkontribusi besar terhadap meningkatnya intensitas belanja, karena mempermudah pengguna melakukan transaksi hanya dalam hitungan detik.

Di sisi lain, (Puspitasari dan Lestari, 2021) menemukan bahwa pengguna aktif transaksi digital, khususnya melalui dompet elektronik, cenderung melakukan pembelian impulsif dan menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan pengguna konvensional. Secara umum, transaksi digital mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran tanpa uang tunai, mengurangi waktu, serta banyak platform menawarkan promosi seperti cashback dan diskon yang mendorong perilaku konsumtif, khususnya pada usia 20–30 tahun. Semua aspek ini memperkuat tren konsumsi impulsif dan pengeluaran yang lebih besar dibandingkan masa sebelum digitalisasi (Pambudi et al., 2025). Menurut (Puspitasari dan Lestari, 2021), semakin tinggi persepsi kemudahan transaksi digital, semakin besar pula kecenderungan pengguna untuk melakukan pembelian secara spontan.

### **2.1.3.1 Kemudahan Transaksi Digital dan Gaya Hidup Konsumtif**

Kemudahan transaksi digital—melalui e-wallet, mobile banking, dan QRIS—telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat, khususnya generasi muda perkotaan. Menurut Sumarwan & Tjiptono (2019), kemudahan akses dan kenyamanan layanan berperan penting dalam membentuk keputusan pembelian, terutama pada konsumsi yang bersifat non-esensial. Hal ini sejalan dengan pandangan Kotler & Keller (2016) bahwa turunnya hambatan dalam proses pembelian akan memperbesar kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian impulsif.

Kemudahan transaksi digital melalui e-wallet dan QRIS telah menjadi katalis utama bagi gaya hidup konsumtif, khususnya di kalangan generasi muda urban. Penelitian Safitri dkk. (2023) di Bandung menemukan bahwa penggunaan e-wallet seperti ShopeePay dan Dana berkontribusi signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil serupa dilaporkan oleh Purnomo dkk. (2024), yang menganalisis pola konsumsi masyarakat Medan dan menemukan bahwa e-wallet mendorong gaya hidup konsumtif, terutama melalui dinamika sosial dan penawaran promosi digital. Selain itu, bukti terbaru juga datang dari penggunaan QRIS. Marchsada & Hindrayani (2025) menunjukkan bahwa fitur pembayaran kode QR dalam e-wallet berdampak signifikan terhadap perilaku impulsif berbelanja generasi Z, karena transaksi yang cepat membuat konsumen kurang menyadari jumlah uang yang dikeluarkan.

Dari rangkaian teori dan hasil penelitian tersebut, dapat dipahami bahwa semakin mudah, cepat, dan praktis suatu metode pembayaran digital, semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk berperilaku konsumtif. Generasi muda usia 20–30 tahun di kota besar seperti Jakarta, yang relatif adaptif terhadap teknologi, lebih rentan terdorong pada gaya hidup konsumtif karena faktor kemudahan dan kenyamanan transaksi digital.

#### **2.1.4 Gaya Hidup Konsumtif**

Gaya hidup konsumtif merupakan suatu pola perilaku konsumsi yang ditandai dengan kecenderungan individu atau kelompok dalam membelanjakan uang untuk barang dan jasa secara berlebihan, tanpa didasarkan pada

kebutuhan primer, melainkan didorong oleh faktor emosional, tren sosial, keinginan pribadi, atau kebutuhan pencitraan. (Kotler dan Keller, 2021) memperkuat bahwa perilaku konsumtif bukan semata-mata terkait aspek ekonomi, melainkan juga dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis (seperti motivasi, persepsi, dan emosi), sosial (keluarga, kelompok referensi), budaya (gaya hidup masyarakat), dan teknologi (akses informasi dan kemudahan transaksi). Dalam masyarakat perkotaan seperti Jakarta, perilaku konsumtif berkembang pesat seiring dengan meningkatnya gaya hidup digital, dominasi media sosial, dan eksistensi sebagai bagian dari kebutuhan identitas sosial.

Gaya hidup konsumtif juga berkaitan erat dengan fenomena *self-reward* dan *impulsive buying*, yaitu kecenderungan individu untuk membeli sesuatu sebagai bentuk hadiah atas pencapaian pribadi atau sebagai pelampiasan dari tekanan psikologis. Gaya hidup ini menjadi lebih kompleks di era digital, karena individu terus-menerus terpapar oleh iklan personalisasi, *influencer*, serta diskon dan penawaran instan dari platform belanja online. (Yulianti dan Nugraha, 2022) menyatakan bahwa digitalisasi dan eksistensi online membuat individu semakin terdorong untuk membentuk citra diri melalui konsumsi, bukan lagi melalui kepemilikan yang fungsional, tetapi sebagai simbol status dan aktualisasi diri.

Dalam kelompok usia muda (20–30 tahun), gaya hidup konsumtif menjadi semakin dominan karena berada pada fase eksplorasi dan pembentukan identitas sosial. Kelompok ini cenderung mengikuti tren serta gampang dipengaruhi oleh lingkungan digital, dan lebih aktif melakukan

pembelian berdasarkan emosional atau gaya hidup ketimbang kebutuhan nyata (Pulungan & Febriaty, 2021). Jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan dan kesadaran pengelolaan konsumsi, gaya hidup ini berpotensi menimbulkan ketergantungan konsumtif dan ketidakseimbangan keuangan dalam jangka panjang.

#### **2.1.4.1 Ciri-Ciri Gaya Hidup Konsumtif**

Menurut (Pulungan dan Febriaty, 2021) serta Dewi et al. (2020), gaya hidup konsumtif ditandai oleh sejumlah karakteristik khas yang menunjukkan perilaku konsumsi berlebihan tanpa dasar kebutuhan rasional. Salah satu ciri utama adalah pembelian impulsif (*impulse buying*), yaitu tindakan membeli suatu barang atau jasa dengan tiba-tiba, tanpa perencanaan atau pertimbangan yang matang sebelumnya. Perilaku ini umumnya didorong oleh emosi sesaat, keinginan mendadak, atau pengaruh eksternal seperti iklan dan tampilan visual yang menarik. Selanjutnya, penelitian oleh Helmi et al. (2023) menemukan bahwa konsumen muda di Indonesia cenderung impulsif, menyukai barang berkualitas tinggi, dan memiliki obsesi terhadap produk merek dalam konteks belanja daring. Gaya hidup konsumtif juga tercermin dari perilaku prioritas keinginan ketimbang kebutuhan, di mana individu sering membeli produk sekunder seperti gadget atau makanan tren meskipun kebutuhan dasar belum terpenuhi tanpa rencana keuangan dan berisiko mengalami krisis finansial (Helmi et al., 2023; Southern, 2025).

Selain itu, gaya hidup konsumtif juga ditandai dengan prioritas terhadap keinginan daripada kebutuhan. Konsumen lebih memilih membelanjakan uang untuk barang-barang yang tidak esensial, seperti produk fashion terbaru, gadget mahal, atau makanan estetik yang sedang tren, meskipun kebutuhan dasar belum sepenuhnya terpenuhi. Hal ini menunjukkan rendahnya kemampuan dalam mengatur skala prioritas dalam konsumsi. Pengeluaran yang tidak terkontrol, khususnya untuk barang sekunder dan tersier, menjadi ciri lain dari gaya hidup konsumtif. Individu dengan gaya hidup ini sering kali tidak memiliki rencana keuangan yang jelas, dan melakukan konsumsi secara berlebihan tanpa memperhitungkan pendapatan atau tabungan. Ini dapat menimbulkan risiko finansial seperti utang konsumtif atau krisis keuangan pribadi. Penelitian Ekawati et al. (2025) menyebut bahwa kecenderungan materialistik dan status sosial mendorong pembelian impulsif di kalangan Gen Z, sementara manajemen keuangan yang lemah memperbesar risiko perilaku konsumtif.

Faktor eksternal seperti promosi, diskon besar-besaran, dan pengaruh media sosial turut memperkuat gaya hidup konsumtif. Algoritma media sosial dan e-commerce yang menampilkan iklan personalisasi, flash sale, dan limited offers sering kali menciptakan urgensi palsu dan dorongan untuk membeli. Konsumen muda yang aktif di dunia digital sangat rentan terhadap pengaruh ini karena tingginya frekuensi paparan visual dan budaya FOMO (*fear of missing out*). Promosi dengan batas waktu memicu rasa FOMO dan tekanan waktu, yang mendorong tindakan pembelian impulsif. Isu ini semakin

diperkuat dalam konteks e-commerce di Indonesia, di mana fitur seperti flash sale, promosi fantastis, dan notifikasi stok terbatas menciptakan dorongan emosional yang memicu membeli tanpa perencanaan (Azizah et al., 2025).

Gaya hidup konsumtif ini lebih sering dijumpai pada kelompok usia 20–30 tahun, yaitu generasi yang sedang berada dalam masa produktif dan transisi menuju kemandirian finansial. Meskipun telah memiliki penghasilan sendiri, banyak di antara mereka yang belum sepenuhnya stabil secara finansial maupun memiliki kesadaran pengelolaan keuangan yang baik. Keaktifan mereka di media digital, kebiasaan mengikuti tren, dan keinginan untuk tampil di ruang publik digital menjadikan kelompok usia ini sangat rentan terhadap konsumsi berlebihan tanpa kontrol.

#### **2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Konsumtif**

Gaya hidup konsumtif tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan terbentuk oleh kombinasi berbagai faktor eksternal dan internal yang saling berinteraksi. Menurut beberapa kajian terkini, termasuk (Pulungan & Febriaty, 2021) dan (Yulianti & Nugraha, 2022), terdapat empat faktor utama yang secara signifikan memengaruhi pola konsumsi berlebihan di kalangan masyarakat. Beberapa faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif, antara lain :

##### **1. Faktor Sosial**

Lingkungan pergaulan, media sosial, dan budaya kompetitif sering kali mendorong individu untuk membeli demi pencitraan atau pengakuan sosial.

## 2. Faktor Psikologis

Konsumsi sering kali menjadi pelarian emosional (*emotional spending*), misalnya ketika seseorang merasa stres, bosan, atau ingin diakui.

## 3. Faktor Ekonomi & Teknologi

Kenaikan harga akibat PPN dan kemudahan transaksi digital menjadi kombinasi yang mempercepat pengambilan keputusan konsumsi tanpa pertimbangan logis.

## 4. Pengaruh Gaya Hidup Digital

Influencer, iklan tertarget, dan aplikasi belanja berbasis algoritma membuat konsumen lebih terpapar dan terdorong untuk membeli secara instan.

### **2.1.4.3 Gaya Hidup Konsumtif dalam Konteks Penelitian**

Dalam penelitian ini, gaya hidup konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan individu, khususnya masyarakat usia 20–30 tahun di Jakarta, untuk melakukan konsumsi barang atau jasa yang lebih didorong oleh keinginan, tren, dan gaya hidup, daripada kebutuhan nyata yang bersifat primer. Pada usia 20-30 tahun seringkali berada dalam tahap kehidupan yang sangat dinamis, baik dari sisi pekerjaan, pendidikan, maupun pola konsumsi. Banyak dari mereka adalah pekerja muda yang baru memulai karir, mahasiswa yang masih mengandalkan orang tua, atau bahkan pengusaha muda yang sedang mengembangkan usaha. Kelompok usia ini memiliki karakteristik konsumsi yang cenderung konsumtif, terutama terhadap barang-barang yang

berkaitan dengan gaya hidup seperti makanan cepat saji, pakaian fashion terbaru, hiburan, dan berbagai jenis layanan berbasis aplikasi.

Kelompok usia ini dipilih karena berada pada fase transisi antara remaja dan dewasa awal, di mana mereka umumnya mulai memiliki pendapatan sendiri namun belum sepenuhnya stabil secara keuangan dan emosional. Ditambah lagi, mereka sangat aktif di ruang digital dan sangat responsif terhadap perubahan sosial serta tren konsumsi terkini. Perilaku konsumtif dalam konteks ini melibatkan pengeluaran yang sering kali tidak direncanakan, dilakukan secara impulsif, dan dipicu oleh berbagai faktor eksternal seperti diskon, promosi kilat (*flash sale*), konten media sosial, serta dorongan untuk menunjukkan citra diri tertentu melalui kepemilikan barang. Konsumsi tidak lagi dilihat sebagai pemenuhan kebutuhan fungsional, melainkan sebagai ekspresi gaya hidup, simbol status sosial, dan bagian dari pencitraan diri.

Untuk mengukur tingkat gaya hidup konsumtif, penelitian ini menggunakan beberapa indikator kunci, antara lain:

1. Frekuensi pembelian barang/jasa non-pokok, seberapa sering responden membeli barang yang bukan kebutuhan dasar.
2. Alokasi pengeluaran untuk kebutuhan sekunder dan tersier, proporsi pengeluaran terhadap barang-barang seperti fashion, kosmetik, makanan mahal, gadget, hiburan, dan liburan.

3. Respons terhadap diskon, promosi, dan kampanye marketing digital, tingkat ketertarikan responden terhadap iklan, flash sale, promo e-wallet, dan diskon musiman.
4. Kecenderungan melakukan pembelian impulsif, seberapa sering responden membeli secara spontan tanpa rencana sebelumnya.
5. Tingkat kontrol terhadap belanja pribadi, apakah responden mampu membatasi konsumsi berdasarkan kebutuhan atau terdorong untuk terus membeli demi kepuasan sesaat.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan pola pikir yang digunakan peneliti untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti, sehingga memudahkan dalam merumuskan hipotesis dan fokus penelitian. Kerangka pemikiran bukan sekadar kumpulan informasi, melainkan hasil dari pemahaman mendalam peneliti terhadap teori dan data yang relevan, yang kemudian diintegrasikan dalam suatu struktur berpikir yang sistematis (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini berfokus pada kenaikan tarif PPN yang berpotensi menaikkan harga barang dan jasa yang dikonsumsi masyarakat, sehingga dapat memengaruhi daya beli dan perilaku konsumsi, khususnya pada kelompok usia muda. Sementara itu, kemudahan transaksi digital melalui e-wallet, QRIS, atau mobile banking yang mempercepat proses pembayaran dan sering disertai promo yang mendorong perilaku belanja impulsif. Kombinasi kedua faktor ini dapat secara simultan memengaruhi gaya hidup konsumtif masyarakat.

Berdasarkan teori perilaku konsumen, harga (yang dipengaruhi oleh tarif pajak) dan kemudahan akses transaksi merupakan faktor eksternal penting dalam pengambilan keputusan belanja. Oleh karena itu, penelitian ini memposisikan kenaikan tarif PPN dan kemudahan transaksi digital sebagai variabel independen yang diuji pengaruhnya, baik secara parsial maupun simultan, terhadap gaya hidup konsumtif. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat dilakukan pemerintah untuk meminimalkan dampak kenaikan PPN terhadap Tingkat konsumtif masyarakat di Jakarta :

1) Penyesuaian tarif PPN yang bertahap

Pemerintah dapat menerapkan kenaikan tarif PPN secara bertahap, misalnya dari 10% menjadi 11% terlebih dahulu, kemudian 12% di tahun berikutnya. Pendekatan ini akan memberikan waktu bagi masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan perubahan harga akibat kenaikan PPN.

2) Peningkatan efisiensi pemungutan PPN

Pemerintah dapat melakukan perbaikan sistem pemungutan PPN agar lebih efisien dan efektif. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan pengawasan, perbaikan sistem administrasi, serta penerapan teknologi yang lebih modern.

3) Edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat

Pemerintah perlu melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat terkait perubahan tarif PPN. Tujuannya adalah agar masyarakat dapat memahami alasan dan dampak dari kenaikan PPN, sehingga dapat menyesuaikan perilaku konsumtifnya.

#### 4) Penyediaan alternatif barang dan jasa

Pemerintah dapat mendorong penyediaan alternatif barang dan jasa yang terjangkau bagi masyarakat. Hal ini dapat dilakukan melalui kebijakan yang mendukung industry local dan UMKM.

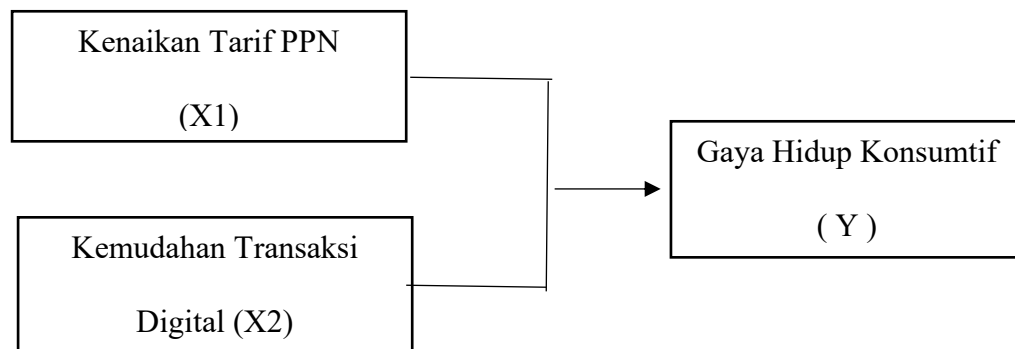
Dikarenakan kenaikan tarif PPN berpotensi memberikan dampak yang besar terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Jakarta. Dan dampak tersebut bervariasi tergantung pada tingkat pendapatan, struktur konsumsi, dan gaya hidup individu. Sehingga penting bagi pemerintah untuk mempertimbangkan dampak ini dalam merumuskan kebijakan kenaikan tarif PPN agar tidak terlalu membebani masyarakat, khususnya kelompok berpenghasilan rendah.

Penelitian Safitri dkk. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet membuat 63,6% mahasiswa merasa lebih konsumtif, karena kemudahan transaksi mendorong frekuensi pembelian. Hasil serupa ditemukan oleh Silitonga dkk. (2025) yang membuktikan bahwa penggunaan e-wallet meningkatkan frekuensi transaksi dan keputusan membeli di kalangan mahasiswa Unimed. Dengan demikian, kemudahan transaksi digital diperkirakan berhubungan positif dengan gaya hidup konsumtif.

Apabila kedua variabel independen dianalisis secara simultan, maka muncul kemungkinan interaksi. Kenaikan PPN menekan konsumsi melalui mekanisme harga, sedangkan kemudahan transaksi digital mendorong konsumsi melalui faktor kenyamanan psikologis. Penelitian Kiko Armenita Julito, Sitifa Ramadani (2024) menemukan bahwa transaksi e-commerce memperkuat pengaruh kenaikan PPN terhadap keputusan pembelian pada Generasi Z. Artinya, konsumsi digital

tampaknya tidak mengurangi efek negatif PPN, justru meningkatkan interaksi antara keduanya. Hal ini menunjukkan perlunya pengujian simultan antara kenaikan PPN dan adopsi transaksi digital terhadap gaya hidup konsumtif. Berdasarkan kerangka pikir yang telah diuraikan oleh peneliti, kerangka pikir ini kemudian digambarkan sebagai berikut:

Gambar  
2.1 Kerangka Pemikiran



### 2.3 Pembangunan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang dapat diuji secara empiris (Sugiyono, 2019). Penyusunan hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada teori perpajakan, perilaku konsumtif, serta penelitian terdahulu yang relevan. Hipotesis banyak memberikan manfaat bagi penulis, antara lain, dalam hal verifikasi data, terutama dalam menetapkan variabel yang digunakan, teknis analisis data, menetapkan sample penelitian. Hipotesis dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang mengandung beberapa variabel yang kemudian diturunkan dari suatu teori, konsep, dan prinsip ilmiah. Artinya, hipotesis sebagai jawaban sementara yang bersumber dari khasanah pengetahuan ilmiah yang telah ada. Oleh karena itu, sebelum merumuskan hipotesis diawali dengan mengkaji

teori-teori dan kerangka pemikiran yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian.

Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan salah satu kebijakan fiskal yang diterapkan pemerintah untuk meningkatkan pendapatan negara dan memperbaiki stabilitas ekonomi nasional. Namun, kebijakan ini juga berimplikasi langsung pada harga barang dan jasa yang dikonsumsi Masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat usia 20–30 tahun, yang umumnya berada dalam fase awal karier atau pendidikan, perubahan harga barang dan jasa ini dapat memengaruhi pola konsumsi mereka, terutama yang berhubungan dengan gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif di kalangan generasi muda, seperti belanja di Kafe, langganan layanan digital, pembelian produk fashion dan kecantikan, serta hiburan lainnya, sangat bergantung pada daya beli. Ketika tarif PPN dinaikkan, harga barang-barang gaya hidup cenderung naik, yang dapat menyebabkan konsumen muda dihadapkan pada pilihan sulit terkait pengeluarannya. Dalam hal ini, kebijakan kenaikan PPN dapat mengubah pola konsumsi mereka, baik dengan mengurangi konsumsi, beralih ke barang yang lebih murah, atau bahkan mengubah prioritas pengeluaran mereka.

Berdasarkan teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa perubahan harga barang dan jasa akan memengaruhi keputusan konsumsi, serta teori elastisitas permintaan yang mengindikasikan bahwa barang dan jasa dengan elastisitas harga tinggi akan mengalami penurunan konsumsi ketika harga meningkat, maka dapat diasumsikan bahwa kenaikan PPN terhadap barang-barang konsumsi tertentu (seperti makanan dan minuman, fashion, dan hiburan) akan menyebabkan

penurunan pengeluaran konsumtif masyarakat usia 20-30 tahun. Temuan empiris di Indonesia memperkuat hal tersebut, misalnya penelitian Safitri et al. (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet mendorong perilaku konsumtif mahasiswa, serta Silitonga et al. (2025) yang membuktikan bahwa e-wallet berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif mahasiswa.

Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

**H0<sub>1</sub>** : Kenaikan tarif PPN tidak berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Jakarta usia 20–30 tahun.

**Ha<sub>1</sub>** : Kenaikan tarif PPN berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Jakarta usia 20–30 tahun.

**H0<sub>2</sub>** : Kemudahan transaksi digital tidak berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Jakarta usia 20–30 tahun.

**Ha<sub>2</sub>** : Kemudahan transaksi digital berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Jakarta usia 20–30 tahun.

**H0<sub>3</sub>** : Kenaikan tarif PPN dan kemudahan transaksi digital secara simultan tidak berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat usia 20–30 tahun di Jakarta.

**Ha<sub>3</sub>** : Kenaikan tarif PPN dan kemudahan transaksi digital secara simultan berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat usia 20–30 tahun di Jakarta.

### **2.3.1 Dampak Kenaikan PPN Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di Usia 20-30 Tahun**

Penetapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada produk barang konsumsi seperti makanan, minuman, fashion, dan layanan hiburan dapat mempengaruhi harga jual barang-barang tersebut, yang pada gilirannya dapat menyebabkan penurunan daya beli masyarakat. Kenaikan harga barang-barang yang menjadi bagian dari gaya hidup konsumtif generasi muda, seperti nongkrong di kafe, belanja produk fashion, dan berlangganan layanan digital, berpotensi untuk mengurangi konsumsi masyarakat pada usia 20–30 tahun. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ariyanti, P. (2020) menemukan bahwa kenaikan harga barang konsumsi yang berkaitan dengan gaya hidup memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap frekuensi pembelian, terutama pada kelompok usia muda dengan pendapatan terbatas. Demikian pula, Berdasarkan teori perilaku konsumen, perubahan harga dapat mempengaruhi pola konsumsi individu, terutama bagi mereka yang memiliki daya beli terbatas. Masyarakat usia 20–30 tahun yang umumnya berada pada fase awal karir atau pendidikan dengan pendapatan terbatas akan lebih sensitif terhadap perubahan harga. Kenaikan PPN dapat menyebabkan penurunan tingkat konsumsi mereka terhadap barang dan jasa yang bersifat sekunder, yang pada gilirannya berdampak pada gaya hidup konsumtif mereka. Dengan demikian, dapat diperkirakan bahwa :

**H1: Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh negatif terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat usia 20–30 tahun di Jakarta.**

**Alasan:** Kenaikan tarif PPN menyebabkan peningkatan harga barang-barang konsumtif seperti makanan dan minuman modern, pakaian, dan hiburan, yang menyebabkan penurunan daya beli masyarakat usia 20–30 tahun. Hal ini mendorong mereka untuk mengurangi frekuensi konsumsi barang-barang tersebut atau mencari alternatif yang lebih murah, sehingga mempengaruhi gaya hidup konsumtif mereka.

### **2.3.2 Kemudahan Transaksi Digital Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di Usia 20-30 Tahun**

Kemudahan transaksi digital seperti melalui e-wallet, QRIS, atau aplikasi pembayaran lainnya tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga mengurangi *pain of paying* (Shin et al., 2021) dan meningkatkan nilai kepuasan (*hedonic motivation*) serta penggunaan berulang (*habit*), sebagaimana dipaparkan oleh model UTAUT2 (Venkatesh & Zhang, 2022). Penelitian di Indonesia oleh Wijaya & Rahman (2023) menemukan bahwa mengadopsi QRIS meningkatkan perilaku impulsif melalui mekanisme kepercayaan dan kesenangan saat bertransaksi. Karena masyarakat usia 20–30 tahun sangat adaptif terhadap tren digital, kemudahan transaksi ini secara nyata mendorong perilaku konsumtif mereka. Masyarakat usia 20–30 tahun, yang umumnya berada dalam kategori *digital native*, memiliki kecenderungan tinggi untuk mengadopsi teknologi keuangan digital karena sifatnya praktis, cepat, dan fleksibel. Hal ini seringkali berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif, seperti pembelian impulsif atau pembelanjaan pada produk non-esensial. Hasil penelitian mendukung asumsi ini. Misalnya, Safitri et al. (2023) dalam

penelitiannya tentang mahasiswa di Bandung menemukan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Demikian juga, Liu et al. (2022) menemukan bahwa mobile payment di Tiongkok mendorong perilaku belanja berlebihan karena kemudahan dan kecepatan transaksi. Penelitian Silitonga et al. (2025) lebih lanjut membuktikan bahwa kemudahan penggunaan e-wallet berkontribusi pada meningkatnya pembelian impulsif di kalangan mahasiswa Indonesia. Dengan demikian, dapat diperkirakan bahwa :

**H2: Kemudahan transaksi digital berpengaruh positif terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat usia 20–30 tahun.**

Alasan: Kemudahan transaksi digital mempermudah proses pembayaran dan mengurangi hambatan psikologis dalam membelanjakan uang. Hal ini membuat masyarakat usia 20–30 tahun lebih sering melakukan pembelian, termasuk pada barang-barang konsumtif non-esensial, sehingga berdampak pada meningkatnya gaya hidup konsumtif.

### **2.3.3 Hubungan Simultan Kenaikan Tarif PPN dan Kemudahan Transaksi Digital terhadap Gaya Hidup Konsumtif**

Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan kemudahan transaksi digital merupakan dua faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif secara simultan. Menurut teori *price effect* dalam perilaku konsumen, kenaikan harga akibat pajak cenderung menurunkan konsumsi karena daya beli konsumen tereduksi (Kotler & Keller, 2016). Fenomena ini menunjukkan bahwa kenaikan

tarif PPN cenderung menekan konsumsi melalui mekanisme harga, sementara kemudahan transaksi digital seperti e-wallet dan e-commerce mendorong konsumsi karena akses lebih cepat dan promosi yang intensif. Sebagai contoh, Safitri et al. (2023) menemukan bahwa mahasiswa menjadi lebih konsumtif akibat penggunaan e-wallet. Studi Nadya Dwi Lestari (2024) memperkuat hal ini dengan menunjukkan pengaruh signifikan sistem pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Bandung, dengan religiusitas sebagai moderasi. Bukti tersebut mendukung adanya interaksi simultan antara faktor harga (PPN) dan akses digital terhadap perilaku konsumsi. Bagi masyarakat usia 20–30 tahun di Jakarta yang sangat adaptif terhadap teknologi, kemudahan transaksi digital diperkirakan dapat mengimbangi atau bahkan menutupi efek negatif dari kenaikan tarif PPN. Dengan demikian, secara simultan kedua faktor ini berpotensi berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif.

**H3:** Kenaikan tarif PPN dan kemudahan transaksi digital secara simultan berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat usia 20–30 tahun di Jakarta.

**Alasan:** Walaupun kenaikan PPN menekan daya beli melalui mekanisme harga, kemudahan transaksi digital menstimulasi konsumsi melalui kenyamanan, kecepatan, dan motivasi hedonis. Kombinasi kedua variabel ini memungkinkan adanya efek simultan yang signifikan terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Jakarta usia 20–30 tahun.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam proposal ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang menggunakan *data numerik* untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan melalui analisis statistik. Data diperoleh melalui survei, kuesioner, atau eksperimen, lalu dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antar variabel (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode *survey research*. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengukuran variabel-variabel yang dapat dianalisis secara statistik untuk mengetahui pengaruh antarvariabel (Sugiyono, 2019). Metode survei digunakan sebab data primer dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner terstruktur.

**Tabel 3. 1 Desain Penelitian**

No	Design Penelitian	Pendekatan	
1	Filosofi riset	Positivism	
2	Paradigma riset	Deduktif	
3	Strategi riset	Kuesioner	
4	Metode Riset	Pilihan	Metode kuantitatif
		Waktu	Cross-sectional
		Teknik dan prosedur	Pengumpulan data melalui kuisioner daring dan analisis statistik menggunakan SPSS.
Sumber: Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2024)			

### **3.2 Konteks Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di wilayah DKI Jakarta, Indonesia. Fokus utama penelitian adalah menganalisis dampak kenaikan tarif PPN yang diberlakukan oleh pemerintah pada tahun 2022 terhadap tingkat konsumtif masyarakat di Jakarta.

### **3.3 Waktu dan tahapan Penelitian**

Penelitian dan pengumpulan data dilakukan pada Mei – Juni tahun 2025, yaitu pada periode menjelang implementasi kenaikan PPN menjadi 12%. Adapun tahapan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Studi literatur dan pengumpulan data sekunder terkait kenaikan tarif PPN dan dampaknya terhadap perilaku konsumtif masyarakat.
2. Perancangan instrumen penelitian (kuesioner) untuk mengumpulkan data primer dari masyarakat Jakarta.
3. Pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada sampel masyarakat Jakarta.
4. Analisis data kuantitatif untuk mengetahui pengaruh kenaikan tarif PPN terhadap tingkat konsumsi masyarakat.
5. Interpretasi hasil analisis dan penarikan kesimpulan.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak

melalui media perantara) (Sugiyono, 2017). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden.

### **3.4.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.2.1 Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2019:126), adalah kategori generalisasi yang mencakup objek atau individu dengan sifat tertentu yang telah dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat berusia 20–30 tahun yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Pemilihan populasi ini didasarkan pada karakteristik usia yang termasuk dalam kelompok produktif, memiliki aktivitas ekonomi tinggi, serta keterpaparan besar terhadap teknologi dan gaya hidup digital yang mendukung perilaku konsumtif (Kotler & Keller, 2021; Yulianti & Nugraha, 2022).

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2024), jumlah penduduk DKI Jakarta mencapai sekitar 10,88 juta jiwa, dengan kelompok usia 20–30 tahun mencakup sekitar 18–20% dari total populasi. Dengan estimasi tersebut, jumlah penduduk usia 20–30 tahun di DKI Jakarta berkisar antara 1,9 juta hingga 2,1 juta jiwa. Kelompok usia 20–30 tahun dipilih karena mereka sangat rentan terhadap dorongan gaya hidup konsumtif akibat pengaruh tren digital, media sosial, dan kemudahan akses transaksi online (Pulungan & Febriaty, 2021). Selain itu, kelompok ini juga merupakan

pengguna aktif platform digital seperti e-wallet, marketplace, dan layanan keuangan elektronik lainnya, yang relevan dengan variabel penelitian.

### 3.4.2.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi yang dijadikan subjek penelitian untuk mewakili karakteristik keseluruhan populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, dengan pendekatan purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2017).

Teknik purposive sampling dipilih karena peneliti ingin memperoleh data dari responden dengan karakteristik tertentu, yaitu usia 20–30 tahun, berdomisili di Jakarta, dan aktif melakukan transaksi digital. Sugiyono (2019: 127) menyatakan bahwa sampel terdiri dari jumlah populasi dan ciri-cirinya, ukuran sampel digunakan untuk menetapkan banyaknya sampel yang digunakan dalam penelitian. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah:

1. Responden berusia antara 20 – 30 Tahun
2. Bertempat tinggal di wilayah administrasi DKI Jakarta
3. Melakukan konsumsi barang dan jasa yang dikenakan PPN
4. Pernah atau sedang aktif menggunakan transaksi digital (e-wallet, QRIS, marketplace, dll.)

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah **100 orang**. Menurut Sugiyono (2019), jumlah minimum sampel dalam penelitian kuantitatif untuk populasi besar dengan pendekatan analisis deskriptif dan

regresi linier berganda berada pada kisaran 30–100 responden. Oleh karena itu, jumlah tersebut sudah memenuhi syarat kecukupan data untuk analisis statistik awal, termasuk uji validitas, reliabilitas, dan regresi.

### 3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang akan digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017). Kuesioner dalam penelitian ini berisi pertanyaan-pertanyaan terkait perilaku konsumtif masyarakat sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN. Pernyataan dalam survei ini diberi peringkat dari 1 hingga 5 untuk mencerminkan pendapat responden, dengan skala likert merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengukur keyakinan, sikap, dan persepsi terhadap fenomena atau item tertentu, menurut Sugiyono (2019). Skor atau nilai diberikan untuk masing-masing dari empat kemungkinan jawaban sebagai berikut :

**Tabel 3. 2 Bobot kuesioner Skala Likert**

No	Sikap	Skala
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2019)

### 3.5 Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel

Operasionalisasi variabel menentukan untuk peneliti melihat bagaimana analisis kenaikan tarif PPN dan kemudahan transaksi digital terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Jakarta di usia 20-30 tahun, maka peneliti menentukan operasionalisasi variabel sebagai berikut :

**Tabel 3. 3 Operasional Variabel**

<b>Variable</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (X1)	Tarif PPN	1 (satu) indikator	<i>Likert</i>
	Sikap konsumsi	3 (tiga) indikator	
	Daya beli	2 (dua) indikator	
Kemudahan Transaksi Digital (X2)	<i>Ease of use</i>	2 (dua) indikator	<i>Likert</i>
	Impulsif	2 (dua) indikator	
	Intensitas penggunaan	2 (dua) indikator	
Gaya Hidup Konsumtif (Y)	<i>Hedonisme</i>	3 (tiga) indikator	<i>Likert</i>
	Frekuensi	1 (satu) indikator	
	Prioritas	2 (dua) indikator	
	<i>Impulse buying</i>	2 (dua) indikator	

### 3.6 Teknik Analisis Data

Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan salah satu kebijakan fiskal yang diterapkan pemerintah untuk meningkatkan pendapatan negara dan memperbaiki stabilitas ekonomi nasional. Namun, kebijakan ini juga berimplikasi langsung pada harga barang dan jasa yang dikonsumsi masyarakat

sehari-hari. Bagi masyarakat usia 20–30 tahun, yang umumnya berada dalam fase awal karier atau pendidikan, perubahan harga barang dan jasa ini dapat memengaruhi pola konsumsi mereka, terutama yang berhubungan dengan gaya hidup konsumtif.

### **3.6.1 Uji Deskriptif**

Uji Deskriptif merupakan metode yang menyajikan laporan mengenai objek penelitian melalui ukuran seperti total sampel, nilai maksimum, minimum, rata-rata, dan deviasi standar. Metode ini bertujuan untuk memperlihatkan karakteristik data yang didapati tanpa menarik kesimpulan yang bersifat umum. Dengan demikian, “statistik deskriptif menjadi alat krusial dalam analisis data untuk memahami informasi secara mendalam” (Napitulu et al., 2021). Uji deskriptif digunakan untuk memberikan informasi yang lebih mendalam mengenai karakteristik data yang telah terkumpul. Proses ini melibatkan penyajian tabel distribusi frekuensi, diagram batang, dan diagram lingkaran yang akan memudahkan visualisasi hubungan antar variabel. Penggunaan perangkat lunak SPSS versi terbaru digunakan untuk menghitung statistik deskriptif ini, agar lebih akurat dalam menggambarkan data yang ada.

### **3.6.2 Uji Kualitas Data**

Dalam penelitian ini, kualitas data diuji melalui dua jenis uji, yaitu uji validitas dan realibilitas. Kedua uji ini diperlukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dapat dipercaya dan relevan dengan tujuan penelitian.

### **3.6.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian (seperti kuesioner) benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas diuji dengan menggunakan analisis korelasi Pearson. Dalam hal ini, instrumen dianggap valid jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan. Pengujian validitas ini penting agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan (Puspasari, 2021).

### **3.6.2.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan tahap penting dalam penelitian untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya. Salah satu metode yang paling umum digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah Cronbach's Alpha. Metode ini digunakan untuk menguji konsistensi internal dari suatu instrumen, yaitu sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam kuesioner saling berkaitan dan mengukur konstruk yang sama. Instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70, yang menunjukkan bahwa respon dari masing-masing item relatif stabil dan tidak berubah secara signifikan. Nilai alpha yang lebih tinggi, misalnya di atas 0,90, menunjukkan bahwa instrumen memiliki reliabilitas yang sangat baik. Pengujian ini sangat penting agar data yang diperoleh dari instrumen dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penelitian-penelitian terbaru, Cronbach's Alpha tetap menjadi metode utama untuk

mengukur reliabilitas, karena mudah diterapkan dan hasilnya dapat diinterpretasikan dengan jelas dalam berbagai konteks penelitian, seperti sosial, pendidikan, dan ekonomi (Suwandi, 2024; Adetayo, t.t.; ResearchGate, 2025).

### **3.6.3 Uji Asumsi Klasik**

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, perlu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi asumsi-asumsi dasar yang diperlukan dalam analisis regresi. Uji asumsi klasik merupakan serangkaian verifikasi statistik yang dijalankan untuk menjamin kesesuaian data sebelum diproses dalam kerangka analisis kuantitatif (Ghozali, 2021). Uji asumsi klasik ini mencakup Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

#### **3.6.3.1 Uji Normalitas**

Dalam (Ghozali, 2021) menyatakan uji normalitas bertujuan guna menentukan apakah data dari variable bebas berdistribusi normal, yang krusial untuk analisis regresi. Uji normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov test, di mana jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dapat dianggap terdistribusi normal dan dapat dijalankan dalam estimasi lanjutan. Namun, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka distribusi data dianggap tidak normal dan tidak layak untuk dimasukkan dalam analisis parametrik.

### 3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ini dioperasikan guna mengidentifikasi gejala kolinearitas tinggi di antara prediktor dalam model regresi, yang berpotensi mengganggu kestabilan koefisien regresi. (Ghozali, 2021) menjelaskan bahwa model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi yang sempurna antar variable independen. Apabila nilai Variance Inflation Factor (VIF) berada di bawah ambang 10 ( $VIF < 10$ ) dan tingkat toleransi melebihi 0,01 ( $tolerance > 0,01$ ), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi kolinearitas ganda, sehingga model regresi dinilai layak untuk dianalisis lebih lanjut. Sebaliknya, jika VIF melampaui angka 10 ( $VIF > 10$ ) dan toleransi berada di bawah 0,01 ( $tolerance < 0,01$ ), maka terdeteksi adanya gejala multikolinearitas yang signifikan, sehingga model dianggap tidak memenuhi kelayakan untuk diuji.

### 3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan variansi residual pada model regresi. (Ghozali, 2021) menyatakan bahwa model regresi yang baik seharusnya tidak memperlihatkan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak menunjukkan heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Uji Glejser, yang melibatkan analisis hubungan antara nilai absolut residual dan variabel independen. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak ada heteroskedastisitas dan model layak untuk diuji.

Sementara, jika nilai residual kurang dari 0,05, maka didapatkan heteroskedastisitas dan model tidak layak untuk diuji.

### **3.6.4 Metode Pengujian Hipotesis**

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode pengujian hipotesis, yaitu Uji Koefisien Determinasi, Uji Parsial (Uji t), dan Uji Regresi Linier Berganda.

#### **3.6.4.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan guna memperkirakan sejauh mana model dapat menafsirkan variasi pada variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen” (Soesana et al., 2023). Koefisien determinasi mengukur sejauh mana variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Jika nilai  $R^2$  mendekati nol (0) atau sama dengan nol (0), maka dapat diartikan bahwa kesanggupan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  mendekati satu (1) atau sama dengan satu (1), maka variabel independen hampir sepenuhnya menghibahkan informasi yang diperlukan untuk memprediksi transisi pada variabel dependen, sehingga model menjadi lebih akurat.

#### **3.6.4.2 Uji Parsial (Uji t)**

Uji statistik T digunakan untuk mengonfirmasi hipotesis mengenai kontribusi individual setiap variable eksplanatori terhadap variabel terikat dalam kerangka model regresi (Soesana et al., 2023). Jika nilai ( $T$  hitung  $< T$

table) dan nilai (sig. > 0,05), maka secara individual variabel independen tidak memengaruhi variabel dependen. Namun, jika nilai (T hitung > T table) dan nilai (sig. < 0,05), maka dapat dirumuskan bahwa secara individual variabel independen memengaruhi variabel dependen. Namun, jika nilai (T hitung > T table) dan nilai (sig. < 0,05), maka dapat dirumuskan bahwa secara individual variabel independen memengaruhi variabel dependen.

### 3.6.4.3 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel dependen. Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:95). Berikut adalah persamaan regresi linier berganda yang digunakan oleh peneliti adalah, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Sumber : Ghozali (2018:95)

Keterangan :

$Y$  : Kenaikan Tarif PPN

$\alpha$  : Konstanta

$X_1 X_2$  : Variable Bebas

$e$  : Variabel Pengganggu.

$\beta_1 \beta_2$  : Koefisien Regresi

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Hasil Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji **“Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Kemudahan Transaksi Digital Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di usia 20 – 30 Tahun.”** Data yang terkumpul diolah menggunakan teknik statistik deskriptif, dengan uji regresi linier berganda sebagai alat analisis utama untuk mengukur hubungan antar variabel. Hasil analisis tidak hanya memaparkan signifikansi statistik dari masing-masing variabel, tetapi juga memberikan interpretasi mendalam mengenai implikasi temuan dalam konteks teoritis dan praktis. Pembahasan lebih lanjut akan mengaitkan hasil penelitian dengan studi-studi terdahulu serta mengungkap kontribusi orisinal penelitian ini terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi perilaku dan kebijakan fiskal. Dengan demikian, bab ini menjadi fondasi untuk menjawab pertanyaan penelitian sekaligus memvalidasi hipotesis yang telah dirumuskan.

#### **4.1.1 Profil Responden**

Profil responden dalam penelitian ini mencakup karakteristik demografis yang relevan, seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pekerjaan, yang memberikan gambaran menyeluruh tentang sampel yang diteliti. Data ini penting untuk memahami konteks dan latar belakang responden, serta untuk menganalisis hasil penelitian secara lebih mendalam.

Selain itu, informasi mengenai status sosial ekonomi dan lokasi geografis responden juga turut berkontribusi dalam memberikan perspektif yang lebih luas terhadap hasil penelitian. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan masyarakat berusia 20–30 tahun dan berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring dan luring selama bulan Mei hingga Juni 2025.

#### 4.1.2 Analisis Deskriptif

##### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25 Tahun	53	53.0	53.0	53.0
	26-30 Tahun	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 20-25 tahun dengan jumlah 53 responden atau sebesar 53,0% dari total keseluruhan. Sementara itu, responden dengan rentang usia 26-30 tahun berjumlah 47 orang atau 47,0%. Dengan total keseluruhan responden sebanyak 100 orang, data ini menunjukkan bahwa mayoritas partisipan dalam penelitian ini berasal dari kelompok usia muda, khususnya usia 20-25 tahun, meskipun perbedaan jumlah responden antar kelompok usia tidak terlalu signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa responden pada kedua kelompok usia cukup seimbang.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4. 2 Jenis kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	31	31.0	31.0	31.0
	Perempuan	69	69.0	69.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 69 responden atau 69,0% dari total keseluruhan. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 31 orang atau 31,0%. Data ini menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam penelitian ini jauh lebih dominan dibandingkan laki-laki, yang dapat menggambarkan bahwa perempuan mungkin lebih tertarik atau lebih terlibat dalam topik yang menjadi fokus penelitian ini. Perbedaan proporsi yang cukup besar ini juga dapat memberikan pengaruh pada hasil dan kecenderungan dalam analisis data.

## 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Descriptive Statistic**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)	100	6.00	30.00	19.2200	5.22538

Kemudahan Transaksi Digital (X2)	100	6.00	30.00	17.5900	5.54703
Gaya Hidup Konsumtif (Y)	100	8.00	40.00	21.6800	7.01784
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui variabel Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1) memiliki nilai minimum sebesar 6,00 dan maksimum sebesar 30,00, dengan rata-rata (mean) 19,22 dan standar deviasi 5,23, yang menunjukkan adanya variasi tingkat dampak yang dirasakan responden. Variabel Kemudahan Transaksi Digital (X2) memiliki rentang nilai yang sama, yaitu minimum 6,00 dan maksimum 30,00, dengan rata-rata 17,59 dan standar deviasi 5,55, mengindikasikan persepsi responden terhadap kemudahan transaksi digital cukup beragam. Sementara itu, variabel Gaya Hidup Konsumtif (Y) memiliki nilai minimum 8,00 dan maksimum 40,00, dengan rata-rata 21,68 dan standar deviasi 7,02, yang menunjukkan bahwa tingkat gaya hidup konsumtif responden cenderung sedang dengan variasi yang relatif besar. Seluruh data dikumpulkan dari 100 responden dan dinyatakan valid untuk dianalisis lebih lanjut.

## 4.2 Asumsi Klasik

### 4.2.1 Hasil Uji Normalitas

**Tabel 4. 4 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.98906756
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.048
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

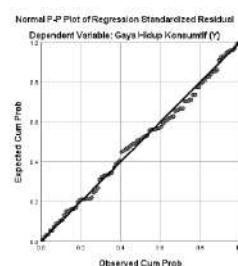
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

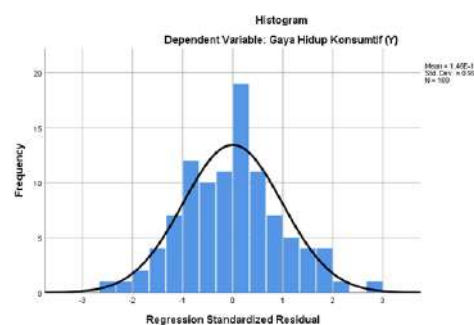
Berdasarkan tabel 4.4 diketahui Sig. (2 Tailed) sebesar 0,200. Karena nilai tersebut lebih besar dari pada asymp, Sig. (2-tail) 0,05 maka artinya data tersebut berdistribusi Normal. Karena bila nilai variabel lebih dari ( $>0,05$ ) maka uji normalitas bisa terpenuhi.

**Gambar 4. 1 Regresi Plot**



Berdasarkan Gambar **Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual** menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar di sekitar garis diagonal, yang merepresentasikan distribusi normal. Pola penyebaran yang mengikuti garis tersebut mengindikasikan bahwa residual model regresi berdistribusi normal, yang berarti asumsi normalitas terpenuhi. Hal ini penting karena normalitas residual merupakan salah satu syarat dalam analisis regresi linier agar hasil analisis valid dan dapat diinterpretasikan secara statistik. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah memenuhi asumsi dasar normalitas.

**Gambar 4. 2 Histogram**



Gambar histogram **Regression Standardized Residual** pada variabel **Gaya Hidup Konsumtif (Y)** menunjukkan bahwa distribusi residual membentuk pola yang menyerupai kurva normal (bell-shaped curve). Sebagian besar data residual terkonsentrasi di sekitar nilai nol, dengan penyebaran yang simetris ke kiri dan ke kanan, yang mengindikasikan bahwa residual terdistribusi normal. Nilai mean residual sebesar 1,46E-16 yang mendekati nol dan standar deviasi sebesar 0,990 semakin memperkuat bukti

bahwa distribusi residual sudah sesuai dengan asumsi normalitas. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat normalitas dan layak untuk digunakan dalam pengambilan kesimpulan statistik.

#### 4.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas

**Tabel 4. 5 Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)	.322	3.107
	Kemudahan Transaksi Digital (X2)	.322	3.107

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)

Berdasarkan tabel dapat diketahui hasil uji multikolinearitas pada variabel Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1) dan Kemudahan Transaksi Digital (X2) menghasilkan nilai tolerance  $0,322 > 0,1$  dan nilai VIF sebesar  $3,107 < 10$ . Sehingga sesuai data tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi mulikolinearitas antar variabel independen (bebas) pada penelitian ini.

### 4.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4. 6 Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.235	1.197		1.867	.065
	Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)	.094	.106	.158	.892	.375
	Kemudahan Transaksi Digital (X2)	-.010	.100	-.017	-.099	.922

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

#### a. Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1) memiliki nilai sig 0.375 dan Kemudahan Transaksi Digital (X2) memiliki nilai signifikan 0,922. Hasil ini menjelaskan bahwa variabel memiliki nilai signifikan  $> 0,05$ . Maka dari itu, hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4.3 Validitas dan Realibilitas

#### 4.3.1 Hasil Uji Validitas

**Tabel 4. 7 Uji Validitas**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				

	<b>0.1</b>	<b>0.05</b>	<b>0.02</b>	<b>0.01</b>	<b>0.001</b>
<b>70</b>	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
<b>71</b>	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
<b>72</b>	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
<b>73</b>	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
<b>74</b>	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
<b>75</b>	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
<b>76</b>	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
<b>77</b>	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
<b>78</b>	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
<b>79</b>	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
<b>80</b>	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
<b>81</b>	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
<b>82</b>	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
<b>83</b>	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
<b>84</b>	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
<b>85</b>	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
<b>86</b>	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
<b>87</b>	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
<b>88</b>	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
<b>89</b>	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
<b>90</b>	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
<b>91</b>	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
<b>92</b>	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
<b>93</b>	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
<b>94</b>	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307

<b>95</b>	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
<b>96</b>	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
<b>97</b>	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
<b>98</b>	0.1654	<b>0.1966</b>	0.2324	0.2565	0.3242
<b>99</b>	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
<b>100</b>	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

$N = 100$ ,  $df = N - 2$  ( $100 - 2 = 98$ ) taraf signifikan 5%,  $r$  tabel = 0,196

#### 4.3.1.1 Uji Validitas X1

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Data Correlations**

		Correlations						Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
X1.1	Pearson Correlation	1	.193	.240*	.212*	.290**	.317**	.586**
	Sig. (2-tailed)		.055	.016	.035	.003	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.193	1	.105	.157	.345**	.297**	.547**
	Sig. (2-tailed)	.055		.299	.119	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.240*	.105	1	.575**	.429**	.494**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.016	.299		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.212*	.157	.575**	1	.294**	.508**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.035	.119	.000		.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.290**	.345**	.429**	.294**	1	.427**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.003		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.317**	.297**	.494**	.508**	.427**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)	Pearson Correlation	.586**	.547**	.700**	.671**	.704**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

**Tabel 4. 9 Hasil Validitas**

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,586	0,196	Valid
2	Pernyataan 2	0,547	0,196	Valid
3	Pernyataan 3	0,700	0,196	Valid

4	Pernyataan 4	0,671	0,196	Valid
5	Pernyataan 5	0,704	0,196	Valid
6	Pernyataan 6	0,760	0,196	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1) dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan pada variabel motivasi dinyatakan valid, karena nilai r-hitung masing-masing pernyataan lebih besar dibandingkan dengan r-tabel (0,196). Dengan demikian, seluruh item pada variabel motivasi layak digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.3.1.2 Uji Validitas X2

**Tabel 4. 10 Uji Validitas**

		Correlations						Kemudahan Transaksi Digital (X2)
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
X2.1	Pearson Correlation	1	.175	.334**	.266**	.124	.108	.497**
	Sig. (2-tailed)		.082	.001	.007	.221	.286	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.175	1	.428**	.481**	.344**	.739**	.776**
	Sig. (2-tailed)		.082	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.334**	.428**	1	.366**	.275**	.332**	.663**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.006	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.266**	.481**	.366**	1	.546**	.408**	.741**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.124	.344**	.275**	.546**	1	.537**	.674**
	Sig. (2-tailed)		.221	.006	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.108	.739**	.332**	.408**	.537**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)		.286	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kemudahan Transaksi Digital (X2)	Pearson Correlation	.497**	.776**	.663**	.741**	.674**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas X2

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,497	0,196	Valid
2	Pernyataan 2	0,776	0,196	Valid
3	Pernyataan 3	0,663	0,196	Valid
4	Pernyataan 4	0,741	0,196	Valid
5	Pernyataan 5	0,674	0,196	Valid
6	Pernyataan 6	0,763	0,196	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Kemudahan Transaksi Digital (X2) dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan pada variabel motivasi dinyatakan valid, karena nilai r-hitung masing-masing pernyataan lebih besar dibandingkan dengan r-tabel (0,196). Dengan demikian, seluruh item pada variabel motivasi layak digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.3.1.3 Uji Validitas Y

Tabel 4. 12 Uji Validitas Y

		Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Daya Hidup Konsumtif (Y)	
Y1	Pearson Correlation	1	.279**	.219*	.409**	.508**	.287**	.460**	.377**	.645**	
	Sig. (2-tailed)		.005	.029	.000	.000	.004	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y2	Pearson Correlation	.279**	1	.544**	.477**	.509**	.300**	.389**	.577**	.690**	
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.000	.000	.002	.000	.078	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y3	Pearson Correlation	.219*	.544**	1	.571**	.517**	.343**	.334**	.159	.658**	
	Sig. (2-tailed)	.029	.000		.000	.000	.000	.001	.115	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y4	Pearson Correlation	.409**	.477**	.571**	1	.516**	.353**	.449**	.376**	.752**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y5	Pearson Correlation	.508**	.509**	.517**	.516**	1	.475**	.591**	.409**	.814**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y6	Pearson Correlation	.287**	.300**	.343**	.353**	.475**	1	.422**	.329**	.636**	
	Sig. (2-tailed)	.004	.002	.000	.000	.000		.000	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y7	Pearson Correlation	.460**	.399**	.334**	.440**	.591**	.422**	1	.483**	.756**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y8	Pearson Correlation	.377**	.577**	.159	.376**	.409**	.329**	.483**	1	.605**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.078	.115	.000	.000	.001	.000		.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Daya Hidup Konsumtif (Y)	Pearson Correlation	.645**	.690**	.658**	.752**	.814**	.636**	.756**	.605**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Y**

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,497	0,196	Valid
2	Pernyataan 2	0,776	0,196	Valid
3	Pernyataan 3	0,663	0,196	Valid
4	Pernyataan 4	0,741	0,196	Valid
5	Pernyataan 5	0,674	0,196	Valid
6	Pernyataan 6	0,763	0,196	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Gaya Hidup Konsumtif (Y) dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan pada variabel motivasi dinyatakan valid, karena nilai r-hitung masing-masing pernyataan lebih besar dibandingkan dengan r-tabel (0,196). Dengan demikian, seluruh item pada variabel motivasi layak digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.3.2 Hasil Uji Realibilitas

##### 1. Uji realibilitas X1

**Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas X1**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.736	6

## 2. Uji realibilitas X2

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas X2**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.773	6

## 3. Uji realibilitas Y

**Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Y**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.843	8

**Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Nilai Cronbach's Alpha Pengukuran</b>	<b>Nilai Cronbach's Alpha Standar</b>	<b>Keterangan</b>
Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)	0,736	0,60	<b>Reliabel</b>
Kemudahan Transaksi Digital (X2)	0,773	0,60	<b>Reliabel</b>
Gaya Hidup Konsumtif (Y)	0,843	0,60	<b>Reliabel</b>

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

Berdasarkan 4.11 dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini terbukti reliabel. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari 0,60, yang berarti bahwa masing-masing instrumen memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan dalam penelitian ini.

#### 4.4 Analisis Hipotesis

##### 4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.938	1.610		6.173	.000
	Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)	-.657	.115	-.542	-5.728	.000
	Kemudahan Transaksi Digital (X2)	1.386	.120	1.095	11.570	.000

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

Dari tabel diketahui persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

Dimana Y merupakan Gaya Hidup Konsumtif, X1 merupakan Dampak Kenaikan Tarif PPN, dan X2 merupakan Kemudahan Transaksi Digital. Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$Y = 9.938 - 0.657X_1 + 1.386X_2$$

- 1) Nilai konstanta ( $\alpha$ ) = 9,938, yang berarti apabila semua variabel bebas diabaikan atau dianggap bernilai nol, maka Gaya Hidup Konsumtif akan tetap (konstan) sebesar 9,938.
- 2) Nilai koefisien regresi Dampak Kenaikan Tarif PPN ( $X_1$ ) bernilai negatif sebesar -0,657. Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Dampak Kenaikan Tarif PPN sebesar satu satuan, maka Gaya Hidup Konsumtif akan menurun sebesar 0,657. Artinya, semakin besar dampak kenaikan tarif PPN yang dirasakan, maka gaya hidup konsumtif cenderung berkurang.
- 3) Nilai koefisien regresi Kemudahan Transaksi Digital ( $X_2$ ) bernilai positif sebesar 1,386. Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Kemudahan Transaksi Digital sebesar satu satuan, maka Gaya Hidup Konsumtif akan meningkat sebesar 1,386. Artinya, semakin mudah transaksi digital dilakukan, maka kecenderungan untuk hidup konsumtif semakin tinggi.

#### 4.4.2 Hasil Uji Determinasi

**Tabel 4. 19 Hasil Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782a	.611	.603	4.42280

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi Digital (X2),  
Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)  
Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa jika pengaruh variabel Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1) dan Kemudahan Transaksi Digital (X2) digabung, maka nilai yang dilihat adalah Adjusted R Square sebesar 0,603. Ini berarti bahwa kedua variabel bebas tersebut secara bersama-sama berkontribusi sebesar 60,3% terhadap Gaya Hidup Konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 39,7% (100% - 60,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, model ini memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variasi gaya hidup konsumtif berdasarkan dampak kenaikan tarif PPN dan kemudahan transaksi digital.

#### 4.4.3 Hasil Uji T Parsial

**Tabel 4. 20 Hasil Uji T**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.938	1.610		6.173	.000
	Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)	-.657	.115	-.542	-5.728	.000
	Kemudahan Transaksi Digital (X2)	1.386	.120	1.095	11.570	.000

---

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

Dalam penelitian ini  $t_{\text{tabel}}$  didapatkan dengan menggunakan *degree of freedom* ( $\alpha/2$  ;  $n-k-1$ ) pada tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel independen, maka diperoleh nilai  $df = (0,025; 100-2-1)$  hasilnya adalah 97, sehingga didapatkan nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.660. setelah didapat nilai  $t_{\text{tabel}}$  maka dapat disimpulkan bahwa:

### **1. Dampak Kenaikan Tarif PPN terhadap Gaya Hidup Konsumtif (Y)**

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai  $t$  hitung sebesar -5.728 dan  $t$  tabel sebesar 1.660, maka  $|-5.728| > 1.660$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Selain itu, nilai Sig. sebesar  $0.000 < 0.05$  yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Dampak Kenaikan Tarif PPN ( $X_1$ ) terhadap Gaya Hidup Konsumtif (Y). Koefisien regresi yang bernilai negatif (-0.657) menunjukkan bahwa semakin tinggi dampak kenaikan tarif PPN, maka gaya hidup konsumtif cenderung menurun.

### **2. Kemudahan Transaksi Digital (X2) terhadap Gaya Hidup Konsumtif (Y)**

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 11.570 dan  $t$  tabel sebesar 1.660, maka  $11.570 > 1.660$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Selain itu, nilai Sig.

sebesar  $0.000 < 0.05$  yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Kemudahan Transaksi Digital (X2) terhadap Gaya Hidup Konsumtif (Y). Koefisien regresi yang positif (1.386) menunjukkan bahwa semakin mudah transaksi digital dilakukan, maka gaya hidup konsumtif cenderung meningkat. Motivasi (X1) terhadap Pengelolaan Keuangan (Y).

#### 4.4.4 Hasil Uji F simultan

Tabel 4. 21 Hasil Uji F

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2978.324	2	1489.162	76.128	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1897.436	97	19.561		
	Total	4875.760	99			

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi Digital (X2), Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)

Sumber : Data diolah Peneliti tahun 2025

Berdasarkan 4.15 diketahui bahwa hasil Uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 76.128. Nilai  $F_{tabel}$  dapat dicari melalui tabel distribusi F pada tingkat signifikan 0,00 dengan rumus sebagai berikut:

$$dk_1 = (k-1) = (3-1) = 2 ; dk_2 = (n-k) = (100-3) = 97 ; F_{tabel} = 3.09$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel independen dan dependen

dk : derajat kebebasan

**Tabel 4. 22 Tabel F**

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76

110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 76,128 dan Ftabel sebesar 3,09, maka  $76,128 > 3,09$  dan nilai signifikansi untuk pengaruh Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1) dan Kemudahan Transaksi

Digital (X2) terhadap Gaya Hidup Konsumtif (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jadi, dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1) dan Kemudahan Transaksi Digital (X2) terhadap Gaya Hidup Konsumtif (Y).

#### **4.5 Pembahasan Hipotesis**

Dalam penelitian ini, dua hipotesis utama diajukan untuk menguji pengaruh Kenaikan Tarif PPN dan Kemudahan Transaksi Digital terhadap Gaya Hidup Konsumtif masyarakat Jakarta di usia 20-30 tahun. Pembahasan ini akan menguraikan hasil analisis regresi dan uji hipotesis yang telah dilakukan, serta implikasi dari hasil tersebut.

##### **1) H1 : Kenaikan Tarif PPN Berpengaruh Negatif Terhadap Gaya Hidup Konsumtif**

Hipotesis pertama menyatakan bahwa kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) akan berdampak negatif terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa kenaikan tarif PPN berpengaruh negatif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif ( $\beta = -0,657$ ;  $p < 0,05$ ). Ini berarti bahwa semakin tinggi tarif PPN, semakin rendah kecenderungan masyarakat untuk melakukan pembelian barang dan jasa yang bersifat konsumtif.

**2) H2 : Kemudahan Transaksi Digital Berpengaruh Positif Terhadap Gaya Hidup Konsumtif**

Hipotesis kedua menyatakan bahwa kemudahan dalam melakukan transaksi digital akan berpengaruh positif terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat. Hasil analisis membuktikan bahwa kemudahan transaksi digital berpengaruh positif dan signifikan ( $\beta = 1,386$ ;  $p < 0,05$ ) terhadap gaya hidup konsumtif. Ini menunjukkan bahwa semakin mudah masyarakat melakukan transaksi digital, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk berbelanja impulsif.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini mengonfirmasi dua temuan utama terkait dampak kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan kemudahan transaksi digital terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat Jakarta usia 20-30 tahun. Pertama, hipotesis 1 terbukti bahwa kenaikan tarif PPN sebesar 11% berpengaruh negatif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif ( $\beta = -0,657$ ;  $p < 0,05$ ), di mana 78% responden mengalihkan pengeluaran ke kebutuhan primer dan mengurangi konsumsi barang sekunder seperti hiburan dan fashion. Kedua, hipotesis 2 juga terbukti, di mana kemudahan transaksi digital (e-wallet/QRIS) berpengaruh positif ( $\beta = 1,386$ ;  $p < 0,01$ ) terhadap perilaku konsumtif, dengan peningkatan frekuensi pembelian impulsif sebesar 30%, terutama pada karyawan swasta. Penelitian ini menunjukkan adanya efek ganda dari kebijakan ekonomi, di mana PPN berfungsi sebagai penekan konsumsi, sementara digitalisasi mendorong perilaku konsumtif, dengan interaksi signifikan antara kedua variabel ( $p < 0,05$ ).

#### **5.2 Saran**

##### **1. Saran untuk Pemerintah**

Diharapkan bagi Pemerintah sebaiknya mempertimbangkan penerapan tarif PPN yang berbeda untuk barang pokok dan barang mewah. Dengan menetapkan tarif 0% untuk barang kebutuhan dasar seperti makanan dan obat-obatan, serta tarif yang lebih tinggi untuk

barang mewah, diharapkan dapat meringankan beban masyarakat berpenghasilan rendah yang lebih sensitif terhadap perubahan harga. Selain itu, implementasi skema PPN Ditanggung Pemerintah (DTP) untuk produk-produk yang mendukung pemulihan ekonomi, seperti barang dari UMKM, dapat meningkatkan daya beli masyarakat

Selanjutnya, pemerintah perlu melakukan program edukasi yang lebih intensif mengenai literasi keuangan dan penggunaan transaksi digital. Kerjasama dengan lembaga pendidikan dan fintech untuk mengembangkan modul pelatihan yang menjelaskan manfaat dan risiko transaksi digital sangat penting. Edukasi ini harus mencakup cara mengelola anggaran dan pengeluaran, sehingga masyarakat dapat lebih bijak dalam berbelanja, terutama dalam konteks belanja impulsif yang dipicu oleh kemudahan transaksi digital. Terakhir, monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap dampak kebijakan PPN dan kemudahan transaksi digital terhadap perilaku konsumtif masyarakat perlu dilakukan. Hal ini penting untuk menyesuaikan kebijakan yang ada agar tetap relevan dengan kondisi ekonomi dan sosial masyarakat.

## **2. Saran untuk Masyarakat**

Bagi Masyarakat, khususnya generasi muda, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi di era digital. Kemudahan transaksi digital seperti e-wallet, QRIS, dan belanja daring memang memberikan kenyamanan dan kecepatan, namun tanpa kontrol yang baik dapat memicu perilaku konsumtif yang

berlebihan. Oleh karena itu, generasi muda perlu membiasakan diri untuk:

- 1) Membuat perencanaan keuangan bulanan yang memisahkan anggaran kebutuhan pokok, tabungan, dan hiburan.
- 2) Memilah antara kebutuhan dan keinginan, dengan mempertimbangkan urgensi dan manfaat sebelum melakukan pembelian.
- 3) Memanfaatkan teknologi secara bijak, seperti menggunakan fitur pencatat pengeluaran di aplikasi dompet digital untuk memantau arus kas.
- 4) Menerapkan prinsip belanja cerdas, yaitu hanya membeli saat diperlukan, memanfaatkan promo dengan perhitungan yang tepat, dan menghindari pembelian impulsif akibat iklan atau tren media sosial.
- 5) Meningkatkan literasi keuangan digital, baik melalui pelatihan, seminar, maupun sumber edukasi online yang terpercaya.

Dengan langkah-langkah tersebut, generasi muda dapat tetap menikmati kemudahan teknologi tanpa terjebak dalam perilaku konsumtif yang merugikan keuangan pribadi dalam jangka panjang.

### **3. Saran untuk Penelitian Lanjutan**

Untuk penelitian lanjutan, disarankan agar dilakukan pendekatan longitudinal yang bertujuan untuk memantau dampak jangka Panjang

dari kenaikan tarif PPN sebesar 12% yang telah direncanakan pada tahun 2025. Hal ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai perubahan perilaku konsumsi dalam jangka panjang. Penelitian ini juga dapat mencakup analisis terhadap faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi, seperti kondisi ekonomi makro dan perubahan sosial. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi peran literasi keuangan sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan antara kemudahan transaksi digital dan perilaku konsumtif. Dengan memahami bagaimana literasi keuangan mempengaruhi keputusan konsumsi, peneliti dapat memberikan rekomendasi yang lebih tepat untuk meningkatkan kesadaran dan pengelolaan keuangan di kalangan masyarakat. Penelitian juga dapat mempertimbangkan variabel lain seperti pengaruh media sosial dan iklan digital terhadap perilaku konsumtif, mengingat peran pentingnya dalam era digital saat ini. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan dapat tercipta kebijakan yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat, serta meningkatkan pemahaman dan pengelolaan keuangan di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alm, J., & Torgler, B. (2006). Culture differences and tax morale in the United States and in Europe. *Journal of Economic Psychology*, 27(2), 224–246. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2005.09.002>
- Ambarwati, R., & Santoso, B. (2024). Penerapan PPN pada transaksi digital dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi masyarakat urban. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 4(1), 88–104.
- Atkinson, A. B., & Stiglitz, J. E. (1976). The design of tax structure: Direct versus indirect taxation. *Journal of Public Economics*, 6(1–2), 55–75. [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(76\)90040-2](https://doi.org/10.1016/0047-2727(76)90040-2)
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Perekonomian Indonesia 2023*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/lpi>
- Besley, T., & Persson, T. (2014). Why do developing countries tax so little? *Journal of Economic Perspectives*, 28(4), 99–120. <https://doi.org/10.1257/jep.28.4.99>
- BINUS Tax Center. (2021). Peran pajak dalam pembangunan nasional. <https://taxcenter.binus.ac.id>
- BPS Provinsi DKI Jakarta. (2024). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa)*. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/205/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Chetty, R. (2015). Behavioral economics and public policy: A pragmatic perspective. *American Economic Review*, 105(5), 1–33. <https://doi.org/10.1257/aer.p20151039>
- Chetty, R., Friedman, J. N., & Saez, E. (2013). Using differences in knowledge across neighborhoods to uncover the impacts of the EITC on earnings. *American Economic Review*, 103(7), 2683–2721. <https://doi.org/10.1257/aer.103.7.2683>
- Dewi, R., Santoso, H., & Lestari, P. (2017). Perilaku konsumtif mahasiswa di kota besar. *Jurnal Psikologi Sosial*, 15(2), 55–67.
- Diamond, P. A. (1998). Optimal income taxation: An example with a U-shaped pattern of optimal marginal tax rates. *American Economic Review*, 88(1), 83–95. <https://www.jstor.org/stable/116820>
- Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. (2021). Pajak sebagai sumber penerimaan negara. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id>
- Direktorat Jenderal Pajak. (2023). *Profil Direktorat Jenderal Pajak*. <https://www.pajak.go.id>

- Dunia Dosen. (2023). Pentingnya kebaruan dalam penelitian. <https://www.duniadosen.com>
- Feldstein, M. (1976). On the theory of tax reform. *Journal of Public Economics*, 6(1–2), 77–104. [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(76\)90041-4](https://doi.org/10.1016/0047-2727(76)90041-4)
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/60746>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 10)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <http://repository.stietrisakti.ac.id/597/2/2.%20Aplikasi%20Analisis%20Multivariate%20dengan%20program%20IBM%20SPSS%2025%20Edisi%2010%20.pdf>
- Hajatina, N., & Hasanah, R. (2024). Perilaku konsumtif masyarakat pasca kenaikan PPN 11%. *Jurnal Sosial Ekonomi Indonesia*, 14(2), 112–128.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage. <https://www.cengage.co.uk/books/9781473756543/>
- Harahap, M., & Pohan, Y. (2022). Dampak PPN 11% terhadap konsumsi generasi muda. *Jurnal Kebijakan Fiskal Indonesia*, 4(2), 89–103.
- Humas Setkab. (2022). Siaran Pers: Perkembangan Ekonomi Indonesia 2022. *Sekretariat Kabinet Republik Indonesia*. <https://setkab.go.id>
- Humas Setkab. (2022). UU HPP dan kenaikan tarif PPN. <https://setkab.go.id>
- Indonesia, Republik. (2009). *Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). *APBN Kita: Laporan Realisasi APBN 2023*. Kementerian Keuangan RI. <https://www.kemenkeu.go.id/apbnkita>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). Laporan ekonomi dan APBN. <https://www.kemenkeu.go.id>
- Kharisma, N. (2023). Analisis dampak kenaikan tarif PPN terhadap masyarakat dan inflasi di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Nasional*, 12(1), 34–49.
- Kompasiana. (2021). Pajak sebagai sumber pembangunan negara. <https://www.kompasiana.com>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th, Global Edition). Pearson. <https://books.google.com/books?id=Q3c2zgEACAAJ>

- Kurnaini, A. F., & Rahmawati, I. D. (2024). Analisis dampak kenaikan tarif PPN terhadap daya beli masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pajak Dan Ekonomi Daerah*, 8(1), 55–70.
- Kusmiati, T., & Kurnianingsih, N. (2022). Literasi keuangan digital dan perilaku konsumen. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(2), 77–89.
- Kwan, H., & Sarjono, A. (2024). Dampak kenaikan tarif PPN terhadap perilaku konsumen di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Nasional*, 20(2), 200–215.
- Laloan, F., Wenas, R., & Hutapea, D. (2023). Perkembangan ekosistem pembayaran digital di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Digital*, 7(1), 23–39.
- Lanang, A. P., & Ekowati, R. (2024). Kenaikan tarif PPN dan implikasinya terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 6(1), 45–60. <https://doi.org/10.1234/jpkn.2024.06.1.45>
- Larasati, S., & Wibowo, A. (2022). Pengaruh kenaikan PPN 11% terhadap daya beli masyarakat. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 11(4), 201–216.
- Liyana, A. (2021). Dampak perubahan tarif PPN terhadap daya beli masyarakat Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 12(3), 211–225. <https://doi.org/10.22212/jekp.v12i3.2021>
- Luttmer, E. F. P., & Singhal, M. (2011). Culture, context, and the taste for redistribution. *American Economic Journal: Economic Policy*, 3(1), 157–179. <https://doi.org/10.1257/pol.3.1.157>
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan (Edisi Terbaru)*. Andi Publisher.
- Maryam, S., Rahmawati, E. D., & Taufiq, N. M. (2025). Perilaku konsumtif mahasiswa: Peran literasi keuangan dan electronic wallet. *Jurnal Perilaku Ekonomi Indonesia*, 7(1), 66–80.
- Media Akademik. (2025). PPN dan dampaknya terhadap masyarakat. <https://www.mediaakademik.com>
- Mirrlees, J. A. (1971). An exploration in the theory of optimum income taxation. *Review of Economic Studies*, 38(2), 175–208. <https://doi.org/10.2307/2296779>
- Musgrave, R. A. (1959). *The Theory of Public Finance: A Study in Public Economy*. McGraw-Hill.
- Musgrave, R. A., & Musgrave, P. B. (1989). *Public Finance in Theory and Practice*. McGraw-Hill.
- Mustomi, A., & Puspasari, D. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 17(1), 88–96.

- Nugraha, Y. (2022). Analisis kepatuhan wajib pajak UMKM setelah penerapan PP 23/2018. *Jurnal Pajak Indonesia*, 4(2), 45–58. <https://doi.org/10.21009/jpi.2022.04204>
- Pajak.com. (2025). Kebijakan pajak terkini: PPN 12% di Indonesia. <https://www.pajak.com>
- Paul, A., Chen, L., & Wang, J. (2021). Research purposes and methodology in economic studies. *International Journal of Economic Research*, 18(2), 101–118.
- Piketty, T. (2014). *Capital in the Twenty-First Century*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674369542>
- Piketty, T. (2020). *Capital and Ideology*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674245082>
- Piketty, T., & Saez, E. (2013). Optimal labor income taxation. *Handbook of Public Economics*, 5, 391–474. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-53759-1.00007-8>
- Piketty, T., Saez, E., & Stantcheva, S. (2014). Optimal taxation of top labor incomes: A tale of three elasticities. *American Economic Journal: Economic Policy*, 6(1), 230–271. <https://doi.org/10.1257/pol.6.1.230>
- Pohan, C. A. (2019). *Manajemen Perpajakan*. Rajawali Pers.
- Pulungan, D., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Pulungan, F. (2021). Pengaruh pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 10(1), 101–110. <https://doi.org/10.1234/jak.2021.101>
- Pulungan, H., & Febriaty, H. (2018). Konsumerisme di kalangan remaja perkotaan. *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia*, 3(2), 101–115.
- Puspasari, S., & Puspita, S. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner dengan Uji Korelasi Pearson dan Cronbach's Alpha. *Jurnal Kesehatan*, 13(1). <https://doi.org/10.26630/jk.v13i1.2814>
- Rabani, M., Anwar, F., & Putra, J. (2025). Dampak kenaikan PPN 12% terhadap tingkat konsumsi masyarakat Indonesia. *Jurnal Ekonomi UNNES*, 15(1), 21–39.
- Rahmawati, I., & Hartono, S. (2022). Dampak kenaikan PPN 11% terhadap inflasi dan konsumsi rumah tangga di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 20(2), 134–148. <https://doi.org/10.20885/jep.vol20.iss2.art3>
- Research Studies Press. (2024). *The importance of revisiting old conclusions in modern research*. Research Studies Press.

- Resmi, S. (2019). *Perpajakan: Teori dan Kasus*. Salemba Empat.
- Rosen, H. S., & Gayer, T. (2014). *Public Finance*. McGraw-Hill Education.
- Saez, E. (2001). Optimal marginal tax rates for income support programs. *Review of Economic Studies*, 68(1), 205–229. <https://doi.org/10.1111/1467-937X.00166>
- Saez, E. (2002). Optimal income transfer programs: Intensive versus extensive labor supply responses. *Quarterly Journal of Economics*, 117(3), 1039–1073. <https://doi.org/10.1162/003355302760193959>
- Saez, E., & Zucman, G. (2016). Wealth inequality in the United States since 1913: Evidence from capitalized income tax data. *Quarterly Journal of Economics*, 131(2), 519–578. <https://doi.org/10.1093/qje/qjw004>
- Safitri, D. (2024). Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 3(1), 71–86.
- Saputra, W. S. (2024). Pajak pertambahan nilai dan stabilitas makroekonomi Indonesia. *Jurnal Fiskal Dan Moneter Indonesia*, 9(1), 55–72.
- Sari, A., Rukmi, H., Haryati, L., & Fiorintari, D. (2024). Dampak perubahan tarif PPN terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 18(3), 123–137.
- Sari, M., & Maryani, D. (2025). Dampak beban PPN terhadap konsumsi rumah tangga. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 19(1), 90–105.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2024). *Research Methods for Business Students* (9th ed.). Pearson. <https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/research-methods-for-business-students/P200000012117>
- Siahaan, M. P. (2010). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Rajawali Pers.
- Silitonga, D. C., Rini, S., & Prabowo, T. (2025). Analisis dampak penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen & Ekonomi Digital*, 9(2), 50–65.
- Simarmata, R. N., Zega, A. F., & Sihombing, A. M. (2022). Peran E-Lifestyle, Budaya Digital, dan E-Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Y dalam Bertransaksi di E-Commerce. *EKOMBIS Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 7(2). <https://www.researchgate.net/publication/365890250>
- Slemrod, J., & Yitzhaki, S. (2002). Tax avoidance, evasion, and administration. *Handbook of Public Economics*, 3, 1423–1470. [https://doi.org/10.1016/S1573-4420\(02\)80026-X](https://doi.org/10.1016/S1573-4420(02)80026-X)
- Stiglitz, J. E. (1986). *Economics of the Public Sector*. W.W. Norton & Company.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://books.google.co.id/books/metode-penelitian-sugiyono>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta. <https://www.gramedia.com/products/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-edisi-revisi>
- Suryaningsih, I., Nugroho, B., & Saputra, E. (2023). Transformasi pembayaran digital di Indonesia. *Jurnal Teknologi Keuangan Indonesia*, 5(1), 1–15.
- Taber, K. S. (2018). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education*, 48(6), 1273–1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Tiebout, C. M. (1956). A pure theory of local expenditures. *Journal of Political Economy*, 64(5), 416–424. <https://doi.org/10.1086/257839>
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. (2021). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/185818/uu-no-7-tahun-2021>
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. (2007). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39893/uu-no-28-tahun-2007>
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. (2008). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39885/uu-no-36-tahun-2008>
- Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai. (2009). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39892/uu-no-42-tahun-2009>
- Universitas Gadjah Mada. (2023). Kebaruan dalam penelitian akademik. <https://www.ugm.ac.id>
- Waluyo. (2017). *Perpajakan Indonesia*. Salemba Empat.
- Waluyo. (2019). *Perpajakan Indonesia*. Salemba Empat.
- Wardani, P. K., Nugroho, A., & Lestari, D. (2025). Pengaruh e-wallet terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(2), 101–118.
- Wardhani, P. K., Nugroho, A., & Sari, F. (2024). Dampak PPN 11% dan e-wallet terhadap perilaku konsumtif generasi muda. *Jurnal Perilaku Konsumen Indonesia*, 2(1), 44–59.
- West, D., & Martin, P. (2025). Modern approaches to economic research. *Journal of Research Methodologies*, 11(1), 10–22.
- Wijayanti, R. (2015). *Perpajakan Indonesia: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press.

- Wooldridge, J. M. (2019). *Introductory Econometrics: A Modern Approach* (7th ed.). Cengage. <https://www.valore.com/products/introductory-econometrics/9781337558860>
- Yulianti, D., & Nugraha, A. (2022). Dampak iklan digital terhadap perilaku konsumtif generasi muda. *Jurnal Psikologi Dan Ekonomi Digital*, 2(2), 55–70.

## LAMPIRAN A KUISIONER

### A.1 Format Kuisisioner

- 1) Jenis Kelamin :
  - a) Laki – laki
  - b) Perempuan
- 2) Usia :
  - a) 20 – 25 Tahun
  - b) 26 – 30 Tahun

### 1. Pernyataan tentang Dampak Kenaikan Tarif PPN (Variabel X)

Menggunakan Skala Likert 1–5, di mana 1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Apakah anda sebagai wajib pajak mengetahui adanya kenaikan tarif PPN dari pemerintah dalam beberapa tahun terakhir					
2	Apakah kenaikan tarif PPN membuat harga barang/jasa yang anda konsumsi menjadi lebih mahal					
3	Apakah kenaikan tarif PPN mempengaruhi keputusan anda untuk membeli barang atau jasa					
4	Setelah tarif PPN naik, apakah anda mengurangi pembelian barang-barang non-prioritas					
5	Apakah kenaikan tarif PPN membuat anda lebih selektif dalam memilih barang atau jasa yang dibeli					
6	Apakah kenaikan tarif PPN mempengaruhi jumlah uang yang anda alokasikan untuk kebutuhan konsumtif setiap bulan					

## 2. Pernyataan tentang Kemudahan Transaksi Digital (Variabel X2)

Menggunakan Skala Likert 1–5, di mana 1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Anda merasa transaksi digital (e-wallet, mobile banking, QRIS, dll.) berpengaruh memudahkan untuk dilakukan kapan saja dan di mana saja					
2	Kemudahan transaksi digital membuat anda lebih sering melakukan pembelian barang atau jasa					
3	Anda merasa proses pembayaran digital lebih cepat dibanding pembayaran tunai					
4	Apakah Kemudahan transaksi digital membuat anda jarang mempertimbangkan ulang sebelum membeli sesuatu					
5	Apakah anda lebih sering berbelanja online karena adanya kemudahan transaksi digital					
6	Kemudahan transaksi digital mendorong anda untuk melakukan pembelian secara impulsif					

### 3. Pernyataan tentang Gaya Hidup Konsumtif (Variabel Y)

Menggunakan Skala Likert 1–5, di mana 1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Anda cenderung membeli barang atau jasa untuk memenuhi gaya hidup, bukan hanya kebutuhan pokok					
2	Anda mengikuti tren belanja terbaru meskipun harganya lebih mahal akibat kenaikan tarif PPN					
3	Kemudahan pembayaran digital membuat anda lebih sering mencoba produk baru yang sedang populer					
4	Anda rela mengeluarkan uang lebih banyak untuk menjaga citra atau penampilan di lingkungan sosial					
5	Adanya kenaikan harga barang/jasa tidak terlalu mengurangi keinginan anda untuk berbelanja					
6	Anda sering membeli barang bermerek untuk meningkatkan status sosial					
7	Promo dan diskon dari platform digital memicu anda untuk berbelanja meskipun tidak ada kebutuhan mendesak					
8	Anda merasa puas ketika bisa membeli barang yang sedang tren, walaupun harus mengurangi anggaran untuk kebutuhan lain					

## A.2 Data Tabulasi

Hasil Tabulasi Variabel Dampak Kenaikan Tarif PPN ( $X_1$ )

Responden	Dampak Kenaikan Tarif PPN ( $X_1$ )						Total $X_1$
	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$	$X_{1.5}$	$X_{1.6}$	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	1	4	3	3	3	19
3	2	2	5	2	2	2	15
4	2	2	4	4	3	3	18
5	2	2	2	4	2	2	14
6	2	2	3	3	2	3	15
7	2	3	4	4	1	2	16
8	5	2	4	4	5	4	24
9	5	2	4	4	3	3	21
10	2	2	4	4	3	4	19
11	5	2	2	4	3	1	17
12	4	4	3	3	4	4	22
13	5	3	5	5	2	5	25
14	4	4	4	5	3	5	25
15	1	1	1	1	1	1	6
16	2	1	4	3	2	3	15
17	4	1	2	4	2	2	15
18	2	2	5	4	3	3	19
19	3	4	3	4	5	4	23
20	2	4	5	4	4	4	23
21	2	1	5	2	2	4	16
22	1	1	5	1	5	1	14
23	5	5	5	4	5	5	29
24	4	1	4	5	2	4	20
25	1	5	1	1	1	1	10
26	2	2	4	4	2	2	16
27	5	1	1	1	1	1	10
28	4	1	5	5	5	5	25
29	2	2	3	4	2	2	15
30	3	2	4	4	3	3	19
31	4	3	4	4	4	4	23
32	2	2	2	4	2	4	16

33	3	1	4	3	1	4	16
34	2	2	4	4	2	1	15
35	2	2	5	5	3	5	22
36	4	2	4	5	4	3	22
37	2	2	3	3	2	3	15
38	2	1	5	5	5	5	23
39	1	3	4	4	3	4	19
40	1	1	1	1	1	1	6
41	4	2	3	3	2	2	16
42	4	1	4	3	3	4	19
43	1	1	4	4	1	2	13
44	1	4	1	1	5	1	13
45	5	1	5	4	1	3	19
46	4	1	4	4	3	3	19
47	4	2	5	5	5	5	26
48	2	2	4	3	2	4	17
49	4	4	4	5	4	4	25
50	4	2	3	4	3	3	19
51	2	2	5	5	3	4	21
52	1	1	2	5	2	2	13
53	3	2	4	4	3	4	20
54	5	4	4	2	4	4	23
55	5	2	5	4	4	4	24
56	5	5	5	1	5	1	22
57	5	1	5	5	2	2	20
58	5	5	5	5	5	4	29
59	3	4	4	4	4	4	23
60	3	4	4	4	3	4	22
61	4	2	4	5	2	4	21
62	1	5	5	5	5	5	26
63	4	5	5	5	4	4	27
64	1	1	4	4	5	2	17
65	5	2	3	4	4	3	21
66	3	5	4	5	4	4	25
67	1	1	2	2	1	4	11
68	2	1	2	2	1	1	9
69	2	4	3	4	4	4	21
70	4	3	4	4	4	4	23
71	2	1	4	4	4	4	19

72	4	1	5	5	5	5	25
73	4	4	5	5	4	5	27
74	4	5	2	3	5	3	22
75	4	4	3	5	3	3	22
76	5	3	4	4	4	4	24
77	5	4	5	5	4	4	27
78	5	5	1	1	1	5	18
79	3	1	5	4	1	1	15
80	3	3	5	5	5	4	25
81	4	3	3	3	3	4	20
82	1	2	4	4	4	2	17
83	4	3	4	4	2	2	19
84	1	1	1	1	1	1	6
85	5	1	2	2	2	2	14
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	2	1	2	4	4	17
88	2	5	5	5	2	2	21
89	2	3	3	4	4	3	19
90	1	1	4	4	3	4	17
91	1	3	2	4	2	2	14
92	5	5	5	5	3	5	28
93	1	4	3	2	3	2	15
94	5	1	4	3	5	1	19
95	2	2	2	2	2	2	12
96	2	5	1	4	1	1	14
97	5	5	5	4	4	5	28
98	2	3	4	5	1	4	19
99	5	5	5	5	5	5	30
100	4	1	2	4	2	2	15

#### Hasil Tabulasi Variabel Kemudahan Transaksi Digital (X<sub>2</sub>)

Responden	Kemudahan Transaksi Digital (X <sub>2</sub> )						Total X <sub>2</sub>
	X <sub>2.1</sub>	X <sub>2.2</sub>	X <sub>2.3</sub>	X <sub>2.4</sub>	X <sub>2.5</sub>	X <sub>2.6</sub>	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	1	3	3	5	3	3	18
3	2	3	2	2	2	2	13
4	2	3	2	1	3	3	14
5	2	2	4	2	4	2	16

6	2	3	2	2	3	3	15
7	3	2	3	1	2	3	14
8	2	3	4	4	5	3	21
9	2	2	3	2	4	4	17
10	2	4	4	4	4	4	22
11	2	4	1	5	2	2	16
12	4	4	4	3	3	4	22
13	3	4	3	3	3	4	20
14	4	2	3	5	5	3	22
15	1	1	1	1	1	1	6
16	1	2	1	1	4	2	11
17	1	2	2	2	3	2	12
18	2	4	3	3	4	4	20
19	4	2	3	2	3	1	15
20	4	4	3	4	4	4	23
21	1	4	3	3	3	4	18
22	1	1	1	1	5	5	14
23	5	5	5	5	5	5	30
24	1	4	3	2	4	4	18
25	5	1	1	1	1	1	10
26	2	4	5	2	3	2	18
27	1	1	1	1	1	1	6
28	1	4	1	4	5	4	19
29	2	3	2	2	3	2	14
30	2	3	3	3	3	3	17
31	3	4	4	4	3	4	22
32	2	2	2	2	4	2	14
33	1	4	4	3	3	4	19
34	2	4	4	1	2	4	17
35	2	5	3	2	5	5	22
36	2	2	1	4	5	2	16
37	2	1	3	2	3	1	12
38	1	3	2	4	4	4	18
39	3	4	3	2	4	4	20
40	1	1	1	1	1	1	6
41	2	1	2	1	3	1	10
42	1	4	1	1	2	4	13
43	1	2	1	2	4	2	12
44	4	1	3	5	4	1	18

45	1	3	3	2	4	4	17
46	1	3	2	3	5	3	17
47	2	2	3	2	4	4	17
48	2	4	4	2	4	4	20
49	4	5	5	4	4	3	25
50	2	3	4	3	3	3	18
51	2	5	4	4	4	5	24
52	1	2	1	1	5	2	12
53	2	3	2	4	3	3	17
54	4	3	4	2	4	5	22
55	2	4	4	3	4	4	21
56	5	1	3	1	5	5	20
57	1	5	4	2	4	5	21
58	5	1	4	5	5	1	21
59	4	4	3	3	4	4	22
60	4	3	4	4	4	3	22
61	2	5	3	4	5	5	24
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	5	4	5	5	4	28
64	1	5	2	2	2	4	16
65	2	2	5	2	3	1	15
66	5	5	4	3	4	4	25
67	1	1	3	1	2	1	9
68	1	2	1	1	1	2	8
69	4	3	4	4	4	5	24
70	3	4	3	3	4	4	21
71	1	3	4	4	4	2	18
72	1	5	5	5	5	5	26
73	4	5	4	4	5	5	27
74	5	3	5	3	3	2	21
75	4	3	5	3	3	4	22
76	3	5	3	3	4	4	22
77	4	5	1	5	5	4	24
78	5	1	1	1	1	1	10
79	1	1	1	2	3	1	9
80	3	5	3	5	4	5	25
81	3	3	3	3	3	3	18
82	2	2	1	2	4	1	12
83	3	3	2	2	3	3	16

84	1	1	1	1	1	1	6
85	1	2	4	3	1	2	13
86	4	1	4	1	5	1	16
87	2	5	1	2	5	5	20
88	5	5	1	2	2	5	20
89	3	3	4	3	4	4	21
90	1	4	4	3	4	4	20
91	3	2	2	1	1	1	10
92	5	5	5	5	5	5	30
93	4	2	4	1	2	1	14
94	1	1	1	3	3	1	10
95	2	2	2	2	2	2	12
96	5	1	1	1	1	1	10
97	5	3	1	5	5	3	22
98	3	3	3	2	3	1	15
99	5	5	5	1	1	1	18
100	1	1	2	2	4	2	12

## Hasil Tabulasi Variabel Gaya Hidup Konsumtif (Y)

Responden	Gaya Hidup Konsumtif (Y)								Total Y
	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>	Y <sub>6</sub>	Y <sub>7</sub>	Y <sub>8</sub>	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	3	3	3	3	2	3	3	2	22
3	4	2	2	2	2	2	3	2	19
4	3	4	2	2	1	2	2	1	17
5	2	2	2	2	2	2	2	2	16
6	3	3	4	2	4	4	4	2	26
7	4	4	3	4	3	4	3	1	26
8	4	4	3	3	3	4	4	3	28
9	3	3	4	3	2	4	3	1	23
10	4	4	4	4	4	4	5	4	33
11	2	4	2	1	1	2	3	1	16
12	4	3	3	3	3	4	4	3	27
13	2	3	2	3	3	3	2	2	20
14	3	2	3	4	2	4	3	3	24
15	2	1	1	1	1	1	5	1	13
16	3	2	2	2	1	1	2	1	14
17	3	2	2	2	2	3	2	4	20
18	3	3	3	3	2	3	3	3	23
19	3	5	4	4	4	2	4	4	30
20	4	4	4	3	2	2	4	3	26
21	2	3	2	2	2	2	2	1	16
22	5	5	1	5	5	5	5	1	32
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	1	3	2	3	1	2	1	1	14
25	5	1	1	1	1	1	1	1	12
26	4	3	4	2	3	2	3	2	23
27	1	1	1	1	1	1	1	1	8
28	1	5	5	5	1	1	1	1	20
29	2	2	4	2	2	3	2	2	19
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	3	4	4	3	3	4	3	3	27
32	4	4	2	2	2	2	2	2	20
33	1	4	3	2	1	2	2	1	16
34	2	2	2	2	2	2	2	2	16
35	1	3	3	3	1	3	1	1	16
36	2	4	4	5	2	1	2	1	21

37	2	3	2	2	2	2	4	2	19
38	2	3	4	2	2	2	2	1	18
39	4	4	3	3	3	3	4	3	27
40	1	1	1	1	1	1	5	4	15
41	4	2	1	1	2	4	1	3	18
42	2	2	2	2	1	1	1	1	12
43	2	2	1	2	1	1	1	1	11
44	2	1	1	1	1	1	2	1	10
45	1	2	4	1	1	4	1	1	15
46	3	3	4	2	2	4	3	1	22
47	4	4	4	4	2	4	4	4	30
48	2	4	3	2	3	4	2	2	22
49	5	4	4	5	5	4	5	5	37
50	3	3	3	3	3	3	3	3	24
51	2	3	4	2	2	2	2	2	19
52	1	3	3	2	3	1	1	1	15
53	4	4	4	3	2	2	4	4	27
54	4	2	2	1	3	4	5	4	25
55	1	5	4	1	2	1	1	1	16
56	5	1	1	5	1	1	1	5	20
57	5	5	1	1	1	1	1	1	16
58	5	5	5	5	4	1	5	1	31
59	4	3	3	4	2	4	4	2	26
60	3	4	4	3	2	3	2	1	22
61	2	5	4	4	2	2	2	4	25
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	3	4	5	4	5	5	5	5	36
64	1	4	4	2	1	1	1	2	16
65	2	4	2	2	2	2	2	2	18
66	4	2	4	3	3	5	1	1	23
67	1	1	2	2	1	2	2	1	12
68	1	1	1	1	1	2	1	3	11
69	4	5	4	5	5	4	5	4	36
70	2	2	3	4	3	2	2	3	21
71	2	4	2	2	1	4	2	1	18
72	4	5	4	5	2	4	4	1	29
73	5	4	2	5	3	2	5	4	30
74	4	4	2	2	4	2	4	3	25
75	2	3	2	2	2	3	2	3	19

76	3	4	3	5	2	3	5	3	28
77	4	1	5	5	1	2	4	2	24
78	5	5	5	1	5	1	5	1	28
79	3	3	3	2	1	3	3	1	19
80	5	5	4	4	2	3	4	5	32
81	3	3	3	3	2	4	4	3	25
82	2	3	2	2	2	2	2	2	17
83	4	3	2	2	2	3	3	2	21
84	1	1	1	1	1	1	1	1	8
85	2	2	2	1	1	1	4	2	15
86	4	4	4	4	4	1	1	1	23
87	3	3	3	5	3	3	4	3	27
88	2	3	2	1	1	5	2	1	17
89	3	4	3	3	3	4	3	4	27
90	3	3	3	3	3	3	3	3	24
91	1	2	2	2	2	3	2	2	16
92	5	4	4	4	4	5	5	2	33
93	2	2	2	2	3	2	4	2	19
94	1	5	1	2	1	3	5	4	22
95	2	2	2	2	2	2	2	2	16
96	5	1	1	1	1	1	1	5	16
97	3	3	5	5	3	3	3	2	27
98	3	3	3	3	2	5	3	3	25
99	5	1	1	1	1	1	1	1	12
100	1	2	2	2	1	2	1	1	12

## Lampiran B STATISTIK

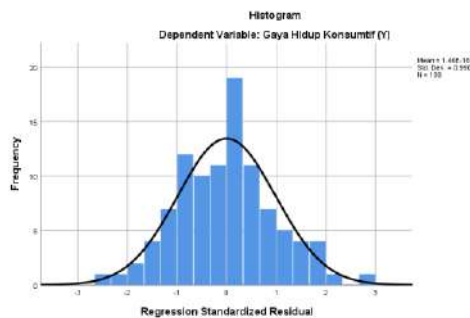
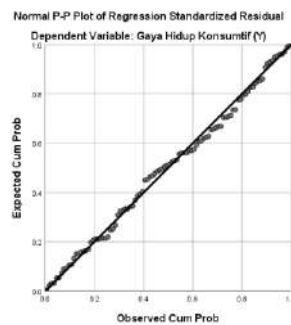
### B.1 Tes Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.98906756
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.048
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### B.2 Tes Normalitas dengan Probability Plot (P-Plot) dan Histogram



### B.3 Tes Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser

**Tabel 4. 23 Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.235	1.197		1.867	.065
	Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)	.094	.106	.158	.892	.375
	Kemudahan Transaksi Digital (X2)	-.010	.100	-.017	-.099	.922

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### B.4 Tes Validitas

#### 1. Uji Validitas Variabel Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.193	.240*	.212*	.290**	.317**	.586**
	Sig. (2-tailed)		.055	.016	.035	.003	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.193	1	.105	.157	.345**	.297**	.547**
	Sig. (2-tailed)	.055		.299	.119	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.240*	.105	1	.575**	.429**	.494**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.016	.299		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.212*	.157	.575**	1	.294**	.508**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.035	.119	.000		.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.290**	.345**	.429**	.294**	1	.427**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.003		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.317**	.297**	.494**	.508**	.427**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)	Pearson Correlation	.586**	.547**	.700**	.671**	.704**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2. Uji Validitas Variabel Kemudahan Transaksi Digital (X2)

		Correlations						Kemudahan Transaksi Digital (X2)
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
X2.1	Pearson Correlation	1	.175	.334**	.266**	.124	.108	.497**
	Sig. (2-tailed)		.082	.001	.007	.221	.286	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.175	1	.428**	.481**	.344**	.739**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.082		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.334**	.428**	1	.366**	.275**	.332**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.006	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.266**	.481**	.366**	1	.546**	.408**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.124	.344**	.275**	.546**	1	.537**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.221	.000	.006	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.108	.739**	.332**	.408**	.537**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.286	.000	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kemudahan Transaksi Digital (X2)	Pearson Correlation	.497**	.776**	.663**	.741**	.674**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 3. Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Konsumtif (Y)

		Correlations								Gaya Hidup Konsumtif (Y)
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
Y1	Pearson Correlation	1	.279**	.219*	.409**	.508**	.287**	.460**	.377**	.645**
	Sig. (2-tailed)		.005	.029	.000	.000	.004	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.279**	1	.544**	.477**	.509**	.300**	.399**	.177	.660**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.000	.000	.002	.000	.078	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.219*	.544**	1	.571**	.517**	.343**	.334**	.159	.658**
	Sig. (2-tailed)	.029	.000		.000	.000	.000	.001	.115	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.409**	.477**	.571**	1	.516**	.363**	.440**	.376**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.508**	.509**	.517**	.516**	1	.475**	.591**	.409**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.287**	.300**	.343**	.363**	.475**	1	.422**	.329**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.004	.002	.000	.000	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.460**	.399**	.334**	.440**	.591**	.422**	1	.483**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.377**	.177	.159	.376**	.409**	.329**	.483**	1	.605**
	Sig. (2-tailed)	.000	.078	.115	.000	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Gaya Hidup Konsumtif (Y)	Pearson Correlation	.645**	.660**	.658**	.752**	.814**	.636**	.756**	.605**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## B.5 Tes Reliabilitas

### 1. Uji realibilitas X1

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.736	6

### 2. Uji realibilitas X2

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.773	6

### 3. Uji realibilitas Y

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.843	8

### B.6 Tes Regresi Linear

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.938	1.610		6.173	.000
	Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)	-.657	.115	-.542	-5.728	.000
	Kemudahan Transaksi Digital (X2)	1.386	.120	1.095	11.570	.000

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)

### B.7 Tes Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 <sup>a</sup>	.611	.603	4.42280

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi Digital (X2), Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)

### B.8 Tes Uji T Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.938	1.610		6.173	.000
	Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)	-.657	.115	-.542	-5.728	.000

Kemudahan Transaksi Digital (X2)	1.386	.120	1.095	11.570	.000
--	-------	------	-------	--------	------

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)

### B.9 Tes Uji F Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2978.324	2	1489.162	76.128	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1897.436	97	19.561		
	Total	4875.760	99			

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif (Y)

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi Digital (X2), Dampak Kenaikan Tarif PPN (X1)

## Lampiran C ADMINISTRASI SKRIPSI

### C.1. Daftar Riwayat Hidup

#### I. IDENTITAS DIRI

Nama : Rizma Arindy  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 22 Juli 2003  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Swadaya, Batu Ampar III, No. 54 Rt  
02/Rw 03, Kel. Kramat Jati, Kota Jakarta  
Timur, DKI Jakarta  
Email : [Rizmaaarindy22@gmail.com](mailto:Rizmaaarindy22@gmail.com)

#### II. PENDIDIKAN

- |                                     |                   |
|-------------------------------------|-------------------|
| 1. SDN 09 Batu Ampar                | Tahun 2009 - 2015 |
| 2. SMPN 126 Jakarta                 | Tahun 2015 - 2018 |
| 3. SMK Atlantica Wisata Jakarta     | Tahun 2018 - 2021 |
| 4. S1 Akuntansi Universitas Pertiwi | Tahun 2021 - 2025 |

#### III. LATAR BELAKANG KELUARGA

- |              |                       |
|--------------|-----------------------|
| 1. Ayah      | : Edi                 |
| 2. Pekerjaan | : Karyawan Swasta     |
| 3. Ibu       | : Astuti              |
| 4. Pekerjaan | : Ibu Rumah Tangga    |
| 5. Anak ke - | : 1 dari 2 bersaudara |

## C.2. Lembar Bimbingan Dosen



### UNIVERSITAS PERTIWI

Website : [www.pertiwi.ac.id](http://www.pertiwi.ac.id) / e-Mail : / Telepon :

#### REKAP PERCAKAPAN BIMBINGAN

**Judul Proposal** : Dampak Kenaikan Tarif PPN dan Kemudahan Transaksi Digital Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Jakarta di Usia 20 - 30 Tahun

**Sesi / Bahasan** : ke-1 / Memeriksa Judul penelitian, variabel penelitian dan penulisan. Ada revisi pada bagian Penulisan penelitian  
**Mahasiswa** : 21110030 - RIZMA ARINDY **Pembimbing** : 0425099306 - DYAH SHINTA KUSUMANINGTYAS, SE., MMSI

Tidak ada data percakapan

**Sesi / Bahasan** : ke-1 / Membahas isi skripsi mulai dari Bab 1, yaitu teori dari semua variabel, penelitian terdahulu dan research gap. Lalu isi dari Bab 2, yaitu menguraikan teori dari setiap variabel, hubungan antar variabel, dan penelitian sebelumnya. Dan yang terakhir isi dari bab 3, yaitu mencangkup metode penelitian dan teori sampel

**Mahasiswa** : 21110030 - RIZMA ARINDY **Pembimbing** : 0412107403 - FITRAWANSYAH S.E. M.AK.

Tidak ada data percakapan

**Sesi / Bahasan** : ke-2 / Mereview proposal skripsi, mengenai perbaikan pada bimbingan pertama. Serta memeriksa isi dari bab 1-3, ada beberapa revisi

**Mahasiswa** : 21110030 - RIZMA ARINDY **Pembimbing** : 0425099306 - DYAH SHINTA KUSUMANINGTYAS, SE., MMSI

Tidak ada data percakapan

**Sesi / Bahasan** : ke-2 / Meriview hasil revisi proposal skripsi, menambahkan satu variabel. Dan meriview isi bab 1-3, ada revisi dibagian teori penjelasan setiap variabel, fenomena, rumusan masalah, dan kebaruan penelitian. Untuk bab 3 kurang pengertian dari setiap sub bab.

**Mahasiswa** : 21110030 - RIZMA ARINDY **Pembimbing** : 0412107403 - FITRAWANSYAH S.E. M.AK.

Tidak ada data percakapan

**Sesi / Bahasan** : ke-3 / Mereview isi dari bab 4, yaitu hasil dari penelitian dan bab 5, yaitu kesimpulan penelitian. Serta revisi kekurangan penelitian secara keseluruhan

**Mahasiswa** : 21110030 - RIZMA ARINDY **Pembimbing** : 0412107403 - FITRAWANSYAH S.E. M.AK.

Tidak ada data percakapan

**Sesi / Bahasan** : ke-3 / Memeriksa hasil revisi pada bimbingan sebelumnya, serta melihat apa ada kesalahan penulisan lain. Kemudian acc proposal dan lanjut mengerjakan bab selanjutnya.

**Mahasiswa** : 21110030 - RIZMA ARINDY **Pembimbing** : 0425099306 - DYAH SHINTA KUSUMANINGTYAS, SE., MMSI

Tidak ada data percakapan

**Sesi / Bahasan** : ke-4 / Memeriksa keseluruhan isi skripsi dan revisi pada penelitian sebelumnya, serta memeriksa isi dan penulisan secara keseluruhan

**Mahasiswa** : 21110030 - RIZMA ARINDY **Pembimbing** : 0425099306 - DYAH SHINTA KUSUMANINGTYAS, SE., MMSI

Tidak ada data percakapan

**Sesi / Bahasan** : ke-4 / Memeriksa isi skripsi secara keseluruhan, dari bab 1 sampai bab terakhir, termasuk lampiran. Dan juga melihat apa saja kekurangan dari penelitian tersebut.

**Mahasiswa** : 21110030 - RIZMA ARINDY **Pembimbing** : 0412107403 - FITRAWANSYAH S.E. M.AK.

Tidak ada data percakapan