

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DENGAN PERUBAHAN TARIF PAJAK, KEBUTUHAN DASAR DAN PENDAPATAN KELUARGA

ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR AMONG THE PUBLIC IN RELATION TO CHANGES IN TAX RATES, BASIC NEEDS, AND FAMILY INCOME

Edy Suhartono¹, Moh. Mustofa², Ryzki Novica Ardyani³, Elsi Dwi Septiani⁴
¹⁻⁴(Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Bojonegoro, Negara Indonesia)
e-mail edyshr66@gmail.com

Abstrak

Studi ini bertujuan menganalisis bagaimana Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 11%, harga kebutuhan dasar, pendapatan keluarga saling berinteraksi dan membentuk perilaku konsumtif penduduk. Studi ini memanfaatkan pendekatan deskriptif dan analisis kuantitatif dengan 96 responden rumah tangga di Kota Bojonegoro, menganalisis hubungan antara PPN 11%, harga kebutuhan pokok, dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif dengan kuesioner yang dinilai menggunakan skala Likert. Studi ini menemukan bahwa PPN 11% dan harga komoditas primer memiliki pengaruh signifikan dan positif pada perilaku konsumtif penduduk Kabupaten Bojonegoro, sedangkan pendapatan tidak memiliki dampak apapun, namun secara bersamaan dalam uji F, variabel-variabel yang diteliti terbukti berkontribusi nyata dalam membentuk perilaku konsumtif masyarakat. Temuan dari studi ini ditargetkan dapat menjadi bahan yang dapat digunakan bagi pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat dalam merumuskan strategi yang adaptif terhadap perubahan kondisi ekonomi.

Kata Kunci: PPN 11%; harga kebutuhan dasar; pendapatan keluarga

Abstract

This study aims to analyze how the 11% Value Added Tax (VAT), basic commodity prices, and household income interact and shape the consumption behavior of residents. This study employs a descriptive approach and quantitative analysis with 96 household respondents in Bojonegoro City, analyzing the relationship between the 11% VAT, prices of basic necessities, and income on consumer behavior using a questionnaire assessed with a Likert scale. The study found that the 11% VAT and prices of primary commodities have a significant and positive influence on the consumption behavior of residents in Bojonegoro Regency, while income has no impact. However, in the F-test, the variables studied were found to contribute significantly to shaping the consumption behavior of the community. The findings of this study are intended to serve as a basis for the government, business community, and society in formulating adaptive strategies in response to changes in economic conditions.

Keywords: 11% VAT; basic necessities price; family income

PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif masyarakat merupakan salah satu fenomena penting dalam dinamika ekonomi modern (Dewi et al., 2021). Dalam berbagai situasi, pola konsumsi masyarakat tidak hanya karena kebutuhan semata, melainkan berbagai sebab luar yang tidak diperkirakan seperti perubahan harga, kebijakan pajak, dan tingkat pendapatan. Di Indonesia kebijakan fiskal seperti Pemerintah menjadikan kenaikan tarif PPN sebagai salah satu mekanisme dalam meningkatkan

sumber pemasukan negara (Septiani, 2023). Kenaikan tarif PPN 11% memperkuat penerimaan negara yang digunakan untuk pembangunan, sehingga turut mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia (Susilo et al., 2023). Namun hal ini menyebabkan potensi adanya peningkatan harga barang dan jasa, termasuk kebutuhan dasar masyarakat. Sehingga, adanya kenaikan harga akibat pajak ini bisa memengaruhi daya beli dan prioritas konsumsi masyarakat, sehingga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, baik dalam bentuk pengurangan konsumsi, pergeseran jenis barang yang dikonsumsi, ataupun perubahan perilaku belanja (Hajatina & Hasanah, 2024).

Selain faktor harga dan pajak, tingkat pendapatan keluarga juga menjadi variabel kunci dalam memahami perilaku konsumtif. Pendapatan yang tinggi cenderung mendorong konsumsi yang lebih besar, sementara pendapatan yang stagnan atau menurun di tengah kenaikan harga dapat menekan pola konsumsi (Angellyta et al., 2025). Maka, penting untuk menganalisis tiga komponen yaitu PPN 11%, harga kebutuhan dasar, pendapatan keluarga saling berinteraksi dan membentuk perilaku konsumtif masyarakat saat ini. Peningkatan tarif PPN 10% awal mulanya dan menjadi 11% merupakan kebijakan fiskal dengan tujuan untuk meningkatkan penerimaan negara (Amalia et al., 2025). Dengan pengelolaan yang tepat, pajak mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin dan mempersempit kesenjangan ekonomi. Namun, kebijakan ini memiliki implikasi langsung terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Secara teoritis, peningkatan pajak ini (PPN) membuat produk ataupun layanan mengalami kenaikan harga. Kenaikan ini menyebabkan daya beli masyarakat menurun, khususnya produk yang tidak esensial atau bersifat konsumtif (Heti Sarlini et al., 2025).

Masyarakat dengan sensitivitas harga yang tinggi akan lebih berhati-hati dalam mengatur pengeluarannya (Anwar, 2014). Mereka cenderung mengurangi mengkonsumsi atau membeli produk yang belum dibutuhkan, dan mengalihkan pengeluaran ke produk yang lebih murah atau yang lebih diperlukan. Disisi lain, kenaikan ini tidak mempengaruhi kelompok masyarakat menengah keatas, sehingga perilaku konsumtif mereka tidak banyak berubah (Fadilah et al., 2024). Dengan begitu perubahan tarif PPN berpotensi menekan perilaku konsumtif secara umum, meskipun dampaknya bisa bervariasi antar kelompok pendapatan (Kwan et al., 2024). Terdapat kemungkinan jangka panjang di mana masyarakat terbiasa dengan harga baru, sehingga perilaku konsumtif kembali meningkat setelah masa penyesuaian. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis secara mendalam bagaimana perubahan tarif pajak ini mempengaruhi konsumsi dalam berbagai kelompok sosial ekonomi (Sari & Maryani, 2025).

Harga kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, dan papan sangat menentukan pola konsumsi masyarakat (Kinanti et al., 2024). Ketika harga kebutuhan dasar mengalami kenaikan, masyarakat harus mengalokasikan sebagian besar pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan dasar (Rahmania & Ningtyas, 2022). Akibatnya, ruang bagi konsumsi barang-barang sekunder dan tersier menjadi semakin sempit (Pramudiana, 2017). Situasi ini mendorong perilaku konsumtif masyarakat untuk lebih fokus pada pemenuhan kebutuhan pokok dan mengurangi konsumsi barang-barang yang bersifat hiburan atau mewah (Jafar et al., 2023). Justru pada hal sebaliknya apabila harga kebutuhan dasar stabil atau bahkan menurun, masyarakat akan memiliki sisa pendapatan yang dapat dialokasikan untuk pengeluaran lainnya (Halimah et al., 2024). Dalam kondisi demikian, perilaku konsumtif cenderung meningkat, karena konsumen merasa memiliki kelonggaran finansial untuk membeli barang-barang tambahan di luar kebutuhan dasar (Septiansari & Handayani, 2021).

Harga kebutuhan dasar yang fluktuatif juga mendorong masyarakat untuk lebih selektif dan rasional dalam berbelanja (Syafitri et al., 2024). Mereka akan membandingkan harga, mencari diskon, atau bahkan menunda konsumsi. Dengan kata lain, perubahan harga kebutuhan dasar dapat memperkuat perilaku konsumtif yang lebih hati-hati atau justru meningkatkan konsumsi bergantung pada stabilitas harga tersebut. Pendapatan keluarga merupakan salah satu determinan utama perilaku konsumtif (Sitorus et al., 2022). Secara umum, semakin tinggi pendapatan yang dimiliki, semakin besar kemampuan keluarga untuk mengalokasikan dana untuk konsumsi, baik kebutuhan pokok maupun barang-barang mewah. Pendapatan yang meningkat memberikan rasa aman finansial, sehingga masyarakat merasa lebih leluasa dalam melakukan pembelian yang bersifat konsumtif (Putri & Melati, 2025).

Sebaliknya, ketika pendapatan mengalami stagnasi atau bahkan penurunan, masyarakat akan menjadi lebih konservatif dalam pengeluarannya (Romadhon et al., 2024). Mereka akan lebih memprioritaskan kebutuhan dasar dan menahan diri dari pembelian barang-barang yang tidak esensial. Dalam kondisi ini, perilaku konsumtif cenderung menurun secara signifikan. Pendapatan juga berhubungan erat dengan persepsi terhadap kebutuhan dan keinginan (Marwiyah et al., 2023). Masyarakat berpendapatan tinggi tidak hanya membeli barang karena kebutuhan, tetapi juga sebagai simbol status sosial, yang pada akhirnya memperkuat perilaku konsumtif (Pergiwati, 2016). Oleh karena itu, perbedaan tingkat pendapatan menghasilkan variasi perilaku konsumtif yang cukup tajam antar kelompok masyarakat.

Temuan ini dirancang agar dapat menjadi sebuah gambaran yang lebih luas akibat perubahan ekonomi terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Temuan dari studi ini ditargetkan dapat menjadi bahan yang dapat digunakan bagi pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat dalam merumuskan strategi yang adaptif terhadap perubahan kondisi ekonomi.

KAJIAN TEORI

Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan pola penggunaan barang dan jasa yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan, sehingga berbeda dengan konsumsi wajar yang bertujuan memenuhi kebutuhan hidup (Mujahidah, 2021). Perilaku ini muncul ketika konsumsi dilakukan secara berlebihan, tanpa memperhatikan prioritas, dan lebih berorientasi pada kepuasan emosional, status sosial, atau tren (Sartika et al., 2024). Faktor yang memengaruhinya meliputi pendapatan, gaya hidup, budaya, iklan, serta kondisi sosial ekonomi, yang dalam era modern semakin diperkuat oleh akses mudah terhadap produk dan layanan serta strategi pemasaran digital (Amory et al., 2025). Meskipun konsumsi tinggi dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, perilaku konsumtif yang tidak terkendali berisiko menimbulkan masalah keuangan, menurunkan tabungan, dan mengganggu stabilitas ekonomi rumah tangga. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran finansial untuk membedakan kebutuhan dengan keinginan, sekaligus memahami dampak kebijakan ekonomi seperti kenaikan PPN, perubahan harga kebutuhan pokok, dan tingkat pendapatan terhadap pola konsumsi masyarakat (Auliasari et al., 2025).

PPN 11%

PPN (Pajak Pertambahan Nilai) merupakan pajak konsumsi yang bersifat tidak langsung dan menjadi tanggungan konsumen akhir dalam setiap transaksi suatu produk atau layanan jasa, sementara penjual berperan menjadi pemungut dan penyeter kepada negara (Pratama et al., 2024). Dalam UU HPP, penegetaan pajak pertambahan nilai di Indonesia mengalami peningkatan yang

awal mulanya 10% jadi 11% sebagai langkah memperkuat penerimaan negara, mendukung pembangunan di bidang pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur, serta menjaga stabilitas fiskal pasca pandemi (Rosa, 2024). Kebijakan ini diberlakukan hampir pada seluruh barang dan jasa kena pajak dengan pengecualian tertentu seperti kebutuhan pokok, layanan kesehatan, pendidikan, dan jasa sosial. Peningkatan pajak tersebut berdampak pada meningkatnya harga sebuah produk maupun layanan jasa sehingga mendorong masyarakat untuk lebih selektif dalam konsumsi, terutama pada kelompok berpendapatan menengah ke bawah yang lebih sensitif terhadap perubahan harga, sementara masyarakat berpenghasilan tinggi relatif tidak terlalu terdampak (Rahmanda et al., 2025). Dalam jangka pendek, kenaikan PPN cenderung menekan perilaku konsumtif, namun dalam jangka panjang konsumsi dapat kembali meningkat seiring dengan penyesuaian masyarakat terhadap harga baru, inflasi, dan pertumbuhan pendapatan (Lamsah, 2025).

Harga Kebutuhan Dasar

Kebutuhan dasar merupakan elemen penting untuk menjaga kelangsungan dan kualitas hidup manusia, di mana pangan menjadi aspek paling mendasar karena berhubungan langsung dengan kehidupan sehari-hari (Radiansyah et al., 2023). Perubahan harga kebutuhan pokok memiliki dampak signifikan terhadap pola pengeluaran rumah tangga: ketika harga naik, sebagian besar pendapatan akan terserap untuk memenuhi kebutuhan esensial sehingga konsumsi barang sekunder dan tersier terbatas, sedangkan ketika harga stabil atau turun, masyarakat memiliki ruang untuk memenuhi keinginan konsumtif seperti hiburan, barang mewah, maupun gaya hidup (Kinanti et al., 2024). Fluktuasi harga juga mencerminkan efektivitas kebijakan ekonomi pemerintah; ketidakstabilan harga sering menimbulkan keresahan sosial dan mengurangi kepercayaan masyarakat, sementara stabilitas harga memberi peluang bagi meningkatnya konsumsi non-esensial (Rizani et al., 2023). Dengan demikian, dinamika harga kebutuhan dasar tidak hanya menentukan daya beli, tetapi juga berperan penting dalam membentuk perilaku konsumtif penduduk, baik dalam rentang waktu dekat maupun masa mendatang (Nurun et al., 2022).

Pendapatan

Pendapatan merupakan imbalan yang didapatkan perorangan maupun sebuah keluarga dalam jangka waktu yang ditentukan, baik berupa gaji, upah, laba, bunga, maupun sewa, yang berperan penting dalam menentukan kemampuan memenuhi kebutuhan dasar sekaligus mengakses barang dan jasa sekunder maupun tersier (Azhari, 2022). Tingkat pendapatan yang lebih tinggi meningkatkan daya beli sehingga konsumsi tidak hanya berfokus pada kebutuhan pokok, tetapi juga diarahkan pada peningkatan kualitas hidup dan aktivitas konsumtif lainnya, termasuk barang prestise (Syahriyanto, 2025). Sebaliknya, pendapatan rendah membatasi konsumsi dan mendorong individu lebih berhati-hati dengan memprioritaskan kebutuhan esensial. Variasi pendapatan yang dipengaruhi oleh faktor pendidikan, pengalaman kerja, ketersediaan lapangan kerja, dan kondisi ekonomi makro pada akhirnya menentukan daya beli serta membentuk perilaku konsumtif (Nasrul et al., 2021). Secara umum, peningkatan pendapatan mendorong konsumsi, bahkan berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif berlebihan, sementara penurunan pendapatan menyebabkan masyarakat lebih selektif dan menekan konsumsi non-esensial (Sarlini et al., 2025).

METODOLOGI

Studi ini mengaplikasikan metode deskriptif kuantitatif sebagai pendekatan, artinya penelitian dengan mengumpulkan data berbentuk numerik untuk dianalisis dengan metode statistik serta menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat. Lokasi penelitian ditetapkan di Kota Bojonegoro dengan responden masyarakat berpendapatan tetap. Populasi penelitian adalah rumah tangga di Kota Bojonegoro, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang ditentukan menggunakan formula Lemeshow serta metode pengambilan data menggunakan sampling jenuh, sehingga seluruh data yang tersedia dijadikan sampel. Data penelitian terdiri atas data primer yang didapat dari menyebarkan lembar pertanyaan (kuesioner) berbasis skala Likert kepada responden melalui *WhatsApp*, serta data sekunder yang diperoleh dari dokumen dan sumber tertulis lainnya.

Teknik analisis data dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel independen (PPN 11%, harga kebutuhan pokok, dan pendapatan) dengan variabel dependen (perilaku konsumtif). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan, baik positif maupun negatif, sekaligus memprediksi perubahan perilaku konsumtif berdasarkan variasi pada variabel bebas. Ketepatan pemilihan metode analisis menjadi penentu validitas dan keakuratan kesimpulan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian valid ini diterapkan agar instrumen penelitian secara tepat sehingga dapat dinyatakan layak digunakan dalam mengukur variabel yang diteliti. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua indikator pertanyaan pada variabel Pajak Pertambahan Nilai, Harga Kebutuhan Pokok Primer, Pendapatan, dan Perilaku Konsumtif memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel pada tingkat signifikansi 5% (0,206). Dengan demikian, seluruh item kuesioner dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran bila diaplikasikan berkali-kali pada gejala yang sama dengan menggunakan instrumen pengukuran yang identik. Instrumen yang digunakan dalam pengujian ini adalah Cronbach's Alpha yang dianalisis melalui aplikasi SPSS versi 25. Suatu variabel dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 menandakan bahwa kuesioner tersebut reliabel. Hasil uji akan disajikan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Keterangan
PPN 11% (X1)	0,654	0,60	Reliabel
Harga Kebutuhan Pokok Primer (X2)	0,701	0,60	Reliabel
Pendapatan (X3)	0,636	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,665	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2025)

Dilihat pada keterangan Tabel 1, menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dari masing-masing variabel dalam penelitian memiliki nilai yang positif dan reliabel. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variabel lebih dari 0,60, yang berarti seluruh konsep pengukuran dalam kuesioner dinyatakan reliabel serta layak digunakan sebagai instrumen pengukuran pada setiap item dalam masing-masing konsep variabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tes ini memiliki tujuan untuk mengetahui sebuah variabel dependen serta independen mempunyai penyebaran data yang normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov pada taraf signifikansi 5%. Hasil menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga residual dinyatakan terdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi, disajikan berikut ini.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,59548160
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,051
	Negative	-,079
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Diolah (2025)

Dilihat dari Tabel 2, diperoleh nilai statistik sebesar 0,079 dengan signifikansi 0,200 ($> 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi dan model regresi layak digunakan dalam analisis.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat hubungan antar variabel bebas dalam regresi. Masalah muncul jika Tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 . Penelitian ini menitikberatkan pada nilai VIF tiap variabel, dengan hasil disajikan pada tabel berikut..

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
PPN 11%	,669	1,494
HKPP	,669	1,494
Pendapatan	,669	1,494

Sumber: Data Diolah (2025)

Pada tabel 3, memperlihatkan jika variabel pendapatan memiliki nilai tolerance 0,669 ($> 0,10$) dan VIF 1,494 (< 10). Hal ini menunjukkan tidak adanya indikasi multikolinearitas di antara variabel, sehingga model regresi dalam penelitian ini dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glesjer untuk mendeteksi ada tidaknya ketidaksamaan varians pada model regresi. Model dinyatakan bebas heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi variabel independen $> 0,05$, sedangkan nilai $< 0,05$ mengindikasikan adanya heteroskedastisitas..

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-1,660	,746			-2,226	,029
PPN 11%	-,043	,040	-,137		-1,078	,284
HKPP	,061	,035	,224		1,741	,085
Pendapatan	-,025	,042	-,077		-,583	,561

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4, nilai signifikansi masing-masing variabel ($X_1 = 0,284$; $X_2 = 0,085$; $X_3 = 0,561$) lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas dan dinyatakan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Linieritas

Pengujian linearitas dijalankan untuk memastikan terdapatnya hubungan linier antara variabel independen dan dependen. Tes menggunakan Uji F, di mana hubungan dinyatakan linier apabila nilai signifikansi $> 0,05$.

Tabel 5. Hasil Uji Linieritas

Nama Variabel		F	Sig	Hasil
Bebas	Terikat			
PPN 11%	Perilaku konsumtif	0,594	0,815	Linier
Harga Kebutuhan Pokok Primer	Perilaku konsumtif	0,889	0,539	Linier
Pendapatan	Perilaku konsumtif	0,733	0,691	Linier

Sumber: Data Diolah (2025)

Dilihat pada Tabel 5, diperoleh tingkat signifikansi penyimpangan linearitas untuk variabel PPN 11% ($X_1 = 0,815$), Harga Kebutuhan Pokok Primer ($X_2 = 0,539$), dan Pendapatan ($X_3 = 0,691$), yang seluruhnya lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi linearitas. Selain itu, nilai Fhitung masing-masing variabel ($X_1 = 0,594$; $X_2 = 0,889$; $X_3 = 0,733$) juga mendukung kesimpulan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel independen terhadap perilaku konsumtif (Y).

Uji Hipotesis

Uji t

Tes t diterapkan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel bebas (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Suatu variabel dinyatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sebaliknya, jika nilai signifikansi melebihi 0,05, maka variabel tersebut dianggap tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji t Variabel Pajak Pertambahan Nilai 11%

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,681	2,670		3,626	,000
PPN 11%	,286	,139	,214	2,067	,042

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai thitung variabel Pajak Pertambahan Nilai 11% (X1) sebesar 2,067 dengan ttabel pada df = 89 sebesar 1,987. Karena thitung > ttabel (2,067 > 1,987), maka dapat disimpulkan bahwa variabel PPN 11% (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 7. Hasil Uji t Variabel Harga Kebutuhan Pokok Primer

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,708	2,225		4,812	,000
HKPP	,242	,119	,210	2,023	,046

Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Harga Kebutuhan Pokok Primer (X2) memiliki nilai thitung sebesar 2,023, sedangkan ttabel pada df = 89 adalah 1,987. Karena thitung > ttabel (2,023 > 1,987), maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 8. Hasil Uji t Variabel Pendapatan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,309	2,728		4,146	,000
Pendapatan	,202	,142	,149	1,420	,159

Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Pendapatan (X3) memiliki nilai thitung sebesar 1,420, sedangkan ttabel pada df = 89 adalah 1,987. Karena thitung < ttabel (1,420 < 1,987), maka dapat disimpulkan bahwa variabel X3 tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

Uji F

Tes f (simultan) diujikan untuk melihat apakah variabel independen (X) secara bersamaan dapat mempengaruhi variabel dependen (Y). Jika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka model regresi dianggap layak dimanfaatkan agar dapat memproyeksi variabel dependen, yang akan disajikan pada tabel berikut ini.

**Tabel 9. Hasil Uji F
ANOVA^a**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182,301	3	60,767	46,407	,000 ^b
	Residual	57,616	44	1,309		
	Total	239,917	47			

Sumber: Data Diolah (2025)

Melihat hasil pada Tabel 9, hasil uji simultan menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 46,407, sedangkan Ftabel dengan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 87$ adalah 3,101. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($46,407 > 3,101$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pajak Pertambahan Nilai 11% (X1), Harga Kebutuhan Pokok Primer (X2), dan Pendapatan (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Uji R²

Berikut ini hasil uji koefisien determinasi (R²) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,772 ^a	,552	,543	1,8447

Sumber: Data Diolah (2025)

Dilihat pada Tabel 10 diketahui jika koefisien determinasi (R²) sebesar 0,543 atau 54,3%. Angka ini menunjukkan bahwa variabel Pajak Pertambahan Nilai, Harga Kebutuhan Pokok Primer, dan Pendapatan secara bersama-sama memberikan kontribusi pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat sebesar 54,3%. Sementara itu, sisanya sebesar 45,7% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain di luar yang diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai 11% (X1) terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Kabupaten Bojonegoro.

Pajak Pertambahan Nilai merupakan pengenaan biaya tidak secara langsung yang dibebankan pada konsumsi produk maupun layanan di Indonesia. Berdasarkan UU RI No. 42 Tahun 2009, PPN dikenakan pada setiap tahap penambahan nilai dari produksi hingga distribusi (Nugraini & Fauzan, 2024). Hasil analisis menunjukkan PPN 11% memiliki signifikansi $0,042 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,067 > t_{tabel} 1,987$. Secara statistik, PPN memiliki pengaruh yang dapat meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat secara signifikan. Artinya, semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kenaikan PPN, semakin tinggi kecenderungan konsumsinya.

Temuan ini bertentangan dengan teori ekonomi klasik. Menurut Keynes (1936) dan Mankiw (2018), kenaikan harga akibat pajak seharusnya menurunkan permintaan karena daya beli menurun. Musgrave (1959) juga menyatakan pajak berfungsi mengendalikan konsumsi berlebihan.

Temuan ini sejalan dengan studi yang telah dilakukan Fahrani et al (2024) dimana dalam penelitiannya menunjukkan jika PPN berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

di Madiun. Masyarakat tetap mempertahankan pola konsumsi, terutama untuk kebutuhan pokok yang inelastis, bahkan cenderung membeli lebih banyak untuk mengantisipasi kenaikan harga.

Pengaruh Harga Kebutuhan Pokok Primer (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Kabupaten Bojonegoro.

Harga komoditas primer adalah harga barang esensial untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat yang tidak dapat dielakkan (Pujiati, 2020). Hasil uji regresi menunjukkan harga kebutuhan pokok primer memiliki signifikansi $0,046 < 0,05$ dengan t hitung $2,023 > t$ tabel $1,987$. Terdapat hubungan positif signifikan antara harga kebutuhan pokok dengan perilaku konsumtif masyarakat. Ketika harga komoditas primer naik, kecenderungan masyarakat untuk tetap berkonsumsi juga meningkat.

Temuan ini bertentangan dengan hukum permintaan Mankiw bahwa jika harga naik maka permintaan turun. Namun, komoditas primer seperti beras, minyak goreng, dan telur bersifat inelastis karena esensial. Hal ini sejalan dengan Keynes bahwa konsumsi kebutuhan pokok cenderung stabil meski harga naik karena sulit ditunda. Kondisi lapangan menunjukkan saat harga meningkat, masyarakat Bojonegoro justru meningkatkan konsumsi melalui panic buying untuk mengantisipasi kenaikan harga lebih lanjut, sejalan dengan temuan Rahmi & Fadjar (2022).

Dari perspektif theory of planned behavior, perilaku konsumtif tidak hanya ditentukan harga tetapi juga norma subjektif dan persepsi kontrol situasi. Di Bojonegoro, minimnya akses substitusi dan keterbatasan pilihan produk mendorong masyarakat tetap membeli kebutuhan pokok meski harga naik. Penelitian ini mengungkap disparitas antara teori ekonomi konvensional dengan realitas empiris, mencerminkan perilaku konsumsi dipengaruhi faktor psikologis dan budaya yang membuat masyarakat terbiasa dengan fluktuasi harga.

Pengaruh Pendapatan (X3) terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kabupaten Bojonegoro

Hasil uji regresi menunjukkan variabel pendapatan memiliki signifikansi $0,159 > 0,05$ dengan nilai t hitung $1,420 < t$ tabel $1,987$. Temuan ini membuktikan jika pendapatan tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Bojonegoro, bertentangan dengan hipotesis awal yang menduga adanya pengaruh positif signifikan. Menurut teori Keynes (1936), konsumsi bergantung pada pendapatan disposabel dimana peningkatan pendapatan mendorong konsumsi melalui marginal propensity to consume (MPC). Namun, tidak ditemukannya pengaruh signifikan dapat disebabkan homogenitas tingkat pendapatan responden yang membuat variasi perilaku konsumtif sulit dijelaskan oleh variabel pendapatan saja.

Faktor lain seperti literasi keuangan, preferensi konsumsi, gaya hidup, dan kesadaran manajemen keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi. Dalam kondisi harga kebutuhan pokok dan PPN yang meningkat, sebagian besar pendapatan terserap untuk kebutuhan dasar sehingga alokasi konsumsi lainnya terbatas meskipun pendapatan tidak berubah signifikan. Temuan ini serupa dengan studi dari Bukhari et al (2022) yang menemukan jika pendapatan tidak dapat mempengaruhi perilaku secara signifikan, sebaliknya yang memiliki pengaruh lebih besar adalah gaya hidup.

Masyarakat dengan literasi keuangan rendah cenderung mengalokasikan pendapatan untuk konsumsi impulsif atau simbolik demi menjaga standar sosial tertentu. Seseorang seringkali mempertahankan gaya hidup konsumtif meski pendapatan tidak mendukung hanya untuk dalam berbaur terhadap lingkungan sosial. Oleh karena itu, dalam memahami perilaku konsumtif

masyarakat, pendapatan perlu diposisikan sebagai salah satu dari banyak faktor, bukan sebagai determinan utama tunggal.

Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai 11% (X₁), Harga Kebutuhan Pokok Primer (X₂), dan Pendapatan (X₃) terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Kabupaten Bojonegoro

Melihat dari analisis regresi dapat dilihat jika variabel pajak pertambahan nilai 11% (X₁), harga kebutuhan pokok primer (X₂), dan pendapatan (X₃) secara bersamaan signifikan dan positif dalam mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat di Kabupaten Bojonegoro. Temua ini membuktikan jika nilai f-statistik sebesar 46,407 lebih besar daripada f-tabel sebesar 3,101 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif.

Nilai R² memiliki nilai 0,543 atau 54,3% memperlihatkan jika kombinasi ketiga variabel independen mampu menjelaskan 54,3% variasi dalam perilaku konsumtif masyarakat. Sementara itu, selebihnya dengan nilai sebesar 45,7% di sebabkan oleh variabel yang tidak dianalisis dalam studi ini, seperti gaya hidup, literasi keuangan, pengaruh lingkungan sosial, atau tingkat edukasi keuangan.

Temuan ini menegaskan bahwa perubahan yang terjadi pada tingkat PPN, harga kebutuhan pokok, serta pendapatan meskipun tidak semuanya berpengaruh secara parsial secara simultan tetap memberikan dampak yang nyata terhadap pola konsumsi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif bukanlah hasil dari satu elemen tunggal, tetapi merupakan hasil dari kombinasi kompleks berbagai faktor ekonomi dan psikologis. Dengan demikian, kebijakan ekonomi yang ingin mengatur pola konsumsi masyarakat harus mempertimbangkan kombinasi faktor-faktor tersebut secara terpadu dan tidak terpisah-pisah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Studi ini menemukan bahwa PPN 11%, harga komoditas primer, dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kabupaten Bojonegoro baik parsial maupun simultan. Secara parsial, PPN 11% dan harga komoditas primer memiliki pengaruh positif signifikan pada perilaku konsumtif ($t_{hitung} > t_{tabel}$, sig. $< 0,05$). Kenaikan PPN dari 10% ke 11% tidak hanya meningkatkan penerimaan negara tetapi juga mengubah pola konsumsi masyarakat. Meskipun harga beras, gula, minyak goreng, telur, dan bawang meningkat, masyarakat tetap membelinya karena dianggap kebutuhan esensial. Sebaliknya, pendapatan secara signifikan tidak dapat memberikan pengaruhnya (t_{hitung} kurang dari t_{tabel} , sig. lebih dari 0,05). Peningkatan pendapatan tidak otomatis meningkatkan konsumsi karena dipengaruhi faktor lain seperti kemampuan mengelola keuangan, preferensi individu, dan gaya hidup. Secara bersamaan, ketiga variabel memberikan pengaruh signifikan pada perilaku konsumtif ($F_{hitung} > F_{tabel}$, sig. $< 0,05$). Kebijakan fiskal dan dinamika harga komoditas primer terbukti berkontribusi nyata dalam membentuk perilaku konsumtif masyarakat Bojonegoro.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, pemerintah disarankan menerapkan kebijakan tarif PPN yang lebih bijaksana pada komoditas primer disertai sosialisasi intensif mengenai alokasi dana pajak untuk pembangunan publik. Stabilitas harga kebutuhan pokok perlu dijaga melalui mekanisme subsidi dan pengawasan distribusi yang ketat.

Masyarakat diharapkan meningkatkan literasi keuangan untuk menghindari kepanikan saat kenaikan harga dan mengatur pola konsumsi secara rasional. Pemerintah perlu mengoptimalkan program peningkatan pendapatan melalui pelatihan kerja dan pemberdayaan ekonomi agar masyarakat mampu mengelola keuangan dengan baik. Pendapatan hendaknya dialokasikan tidak hanya untuk konsumsi tetapi juga untuk tabungan dan investasi jangka panjang.

Penelitian selanjutnya disarankan memperluas jumlah sampel dan menambahkan variabel seperti gaya hidup, preferensi konsumen, atau pengaruh media sosial untuk analisis yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat.

REFERENSI

- Amory, J. D. S., Mudo, M., & J. R. (2025). Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28–37. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>
- Angellyta, Fadillah, M. F., Julpi, S., & Malik, A. (2025). Pengaruh Inflasi Dan Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 01(04), 441–450.
- Anwar, K. (2014). Analisis Dampak Defisit Anggaran terhadap Ekonomi Makro di Indonesia. *Jejaring Administrasi Publik*, 6(2), 588–603.
- Auliasari, R. P., Nugroho, S. W., & Kurniawan, Y. D. (2025). Pengaruh Kenaikan PPN 11%, Kenaikan harga Sembako Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif. *Equivalent : Journal Of Economic, Accounting and Management*, 3(1), 26–45. <https://jurnal.dokicti.org/index.php/equivalent/article/view/662/325>
- Azhari, F. (2022). Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Rumah Tangga di Kampung Banyusuci Bogor. *Journal Of Islamic Economics An Nuqud*, 1(1). *Jurnal an Nuqud*, 1(2), 33–40. <http://jurnal.iuqibogor.ac.id>
- Bukhari, E., Ery Teguh Prasetyo, & Sri Utami Ulfa Rahma. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 49–56. <https://doi.org/10.31599/jiam.v18i1.1043>
- Christanti Kwan, M., Sarjono, B., Studi Manajemen Pemasaran, P., Studi Perpajakan, P., & Ubaya, P. (2024). Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Pada Perilaku Konsumen Di Indonesia. *Multidisiplin*, 2(03), 338–348. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Fadilah, A. D., Adinda, N. T., Rahma, M. M., Lauda, R. S., & Suminar, L. (2024). Dampak Kenaikan Tarif PPN terhadap Inflasi dan Daya Beli Masyarakat Indonesia. *Media Akuntansi Perpajakan*, 9(2), 67–78. <https://doi.org/10.52447/map.v9i2.7940>
- Fahrianisa, N., Nugroho, S. W., & Kurniawan, Y. D. (2024). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Literasi Keuangan, dan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Madiun. *Equivalent : Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(1), 117–135. <https://doi.org/10.61994/equivalent.v3i1.661>

- Hajatina, & Hasanah, U. (2024). ANALISIS DAMPAK KENAIKAN TARIF PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) TERHADAP PERILAKU KONSUMSI DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI Fakultas bisnis dan Humainora , Universitas Tjut Nyak Dhien , Manajemen Pendahuluan Peningkatan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 36–51.
- Halimah, U. N., Wullandari, M., Rivaldo, A. D., & Noviarita, H. (2024). Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Masyarakat Dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Journal of Social Science and Multidisciplinary Analysis*, 1(1), 7–16.
- Heti Sarlini, Yessica Devina Hutabarat, Elsa Sely Rahmayaani, & Wahjoe Pangestoeti. (2025). Analisis Pengaruh Kenaikan PPN terhadap Konsumsi Barang Kebutuhan Sekunder oleh Masyarakat Kelas Menengah di Indonesia. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(3), 566–574. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4860>
- Jafar, M. K., Anggrainy, N. E., Suhardin, I., & Tohai, R. N. (2023). Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Manado. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3(1), 96–105. <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizii>
- Kinanti, A. F., Maulana, M. S., & Muhammad Yasin. (2024). Analisis Pola Konsumsi di Indonesia sebagai Indikator Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(2), 19–32. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2430>
- Lamsah, L. (2025). Dampak Kenaikan PPn Terhadap Ekonomi dan Kesejahteraan Masyarakat. *Media Akuntansi Perpajakan*, 10(1), 119–125. <https://doi.org/10.52447/map.v10i1.8311>
- Marwiyah, S. L., Ainulyaqin, M., & Edy, S. (2023). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4279. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10783>
- Mia Amalia, Aulia Azzahra, Fitria Novita Sari, M Rizal Zulma, Syeira Rahmawati Nugraha, & Tesa Purwanti. (2025). Analisis Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Pubmedia Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Indonesia*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.47134/ptk.v2i2.1409>
- Mujahidah, A. N. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya. *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application, and Development*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.26858/ijosc.v1i1.19316>
- Nasrul, H. W., Irawati, D., & Ratnasari, S. L. (2021). Analisis Kepuasan Kerja, Disiplin Kerja, Budaya Organisasi, Motivasi Kerja, Dan Kompensasi Terhadap Kinerja. *Jurnal Dimensi*, 10(3), 555–568. <https://doi.org/10.33373/dms.v10i3.3823>
- Nurun, A. N., Rialita, A. J., & Syahputra, A. (2022). Analisis Pengaruh Inflasi terhadap Keterbelanjaan Masyarakat dari Perspektif Ekonomi Makro. *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, 1(2), 28–52. <https://journal.iaidalampung.ac.id/index.php/jsihi/article/view/311>
- Pergiwati, G. E. (2016). Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Dengan Status Sosial Ekonomi ke Bawah. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(3), 399–407. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i3.4100>
- Pramudiana, I. D. (2017). Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern. *Asketik*, 1(1), 35–43. <https://doi.org/10.30762/ask.v1i1.409>

- Pratama, M. A., Lestari, R. D., Zaharani, C. M., Faraz, L., & Anliwiarta, Z. (2024). Relevansi Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Sistem Pajak Konsumsi di Indonesia. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, 2(1), 35–40. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Putri, M. C., & Melati, I. S. (2025). Generasi Z dan Doom Spending: Pengaruh Pendapatan, Media Sosial dan Gaya Hidup di Kota Tegal. *Journal Management, Business, and Accounting*, 24(1), 2655–2826.
- Radiansyah, M. R., Hakiki, D. N., Sulistyawati, E. Y. E., Fauziyyah, A., Rismaya, R., Ulfah, M., & Maulida, I. D. (2023). Studi Keterkaitan Antara Ketahanan, Mutu dan Keberlanjutan Pangan: Keseluruhan Sudut Pandang Tentang Hidup Berkelanjutan. *Trends in Science and Technology for Sustainable Living*, 231–252.
- Rahmanda, M., Negeri, I., Syarif, S., & Riau, K. (2025). *Terhadap Daya Beli Masyarakat Berdasarkan Studi Kasus Viral No Buy Challenge 2025*. 7(2), 54–64.
- Rahmania, N. R., & Ningtyas, M. N. (2022). Peran Perilaku Keuangan Dalam Memoderasi Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit. *Jurnal Dimensi*, 11(3), 497–508. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i3.4242>
- Rahmi, D. M., & Fadjar, N. S. (2022). Pengaruh Pendapatan, Kesesuaian Harga Kebutuhan Pokok, Kebiasaan Berbelanja Dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Pola Konsumsi. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 1(4), 539–549. <https://doi.org/10.21776/jdess.2022.01.4.04>
- Rizani, A., Norrahman, R. A., Harsono, I., Yahya, A. S., & Syifa, D. M. (2023). Efek Inflasi terhadap Daya Beli Masyarakat pada Tinjauan Ekonomi Makro. *Journal Of International Multidisciplinary Research*, 1(2), 344–358. <https://journal.banjaresepacific.com/index.php/jimr>
- Romadhon, S. A., Sakinah, N. F., Bella, Di. A., Jannah, H. R., & Diniati, B. T. (2024). Analisis Pengaruh Pendapatan Masyarakat , Tabungan , Pendidikan , Inflasi , dan Subsidi Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat (Studi Kasus di Indonesia Periode 1993-2023). *Economics And Digital Business Journal*, 1(2), 63–77.
- Rosa, N. S. (2024). Menilik Dampak Kebijakan Peningkatan PPN 11% Pada Masyarakat Indonesia Sesuai UU No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 27(1), 52–61. <https://doi.org/10.30649/aamama.v27i1.232>
- Sari, A. P., & Maryani, H. (2025). Analisis Dampak Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap Masyarakat Daerah dalam Kesejahteraan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 3(1), 285–292.
- Sartika, D., Ulya, M., Azzahra, F. F., Irnawati, Hidayati, F. N., & Pramono, D. (2024). Fenomena Penggunaan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *WISSEN : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 335–350. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.287>
- Septiani, F. D. (2023). Krisis Keuangan Dan Transformasi Kebijakan Apbn: Tantangan Dan Strategi Khusus Pada Pajak Penghasilan (Pph) Dan Pajak Pertambahan Nilai (Ppn). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 2180–2192. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.52756>



- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMT KITA*, 5(1), 53–65. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.372>
- Sitorus, F. S., Yafiz, M., & Kamilah. (2022). Analisis Determinan Perilaku Konsumtif Keluarga Muslim Kota Tanjungbalai Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3728–3736.
- Susilo, J. H., Anam, M. S., & Alfiyana, S. (2023). Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia dengan Pendekatan Data Panel Dinamis Tahun 2012-2021. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(2), 312–321. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i2.1024>
- Syafitri, A. A., Kusdinar, Y. H., & Sunarny, R. (2024). Inflasi Dan Daya Beli Terhadap Perubahan Harga, Elastisitas Permintaan Dan Perilaku Konsumsi (Studi Umkm Di Kota Bandung). *SISTEMIK : Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik*, 12 (2)(02), 2527–6425.
- Syahriyanto, A. (2025). *Pengaruh keadaan sosial ekonomi dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumsi mahasiswa ma'had al jami'ah iain curup.*