
**ANALISIS PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN)
DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPnBM)
TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN
KENDARAAN BERMOTOR
(Studi Kasus Pada Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat dan Roda Dua
PT.Hasjrat Abadi Manado)**

Noviane Claudya Pinkan Sambur, Jullie J. Sondakh, Harijanto Sabijono

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Sam Ratulangi, Manado

E-mail: claudyapinkan@gmail.com

ABSTRAK

Aktivitas perdagangan suatu negara tidak terlepas dari pengenaan pajak. PPN dan PPnBM memberikan pendapatan besar bagi penerimaan kas negara Indonesia, khususnya dari masyarakat yang berekonomi menengah ke atas. Kendaraan bermotor yang dikelompokkan sebagai barang mewah, sekarang dijadikan alat transportasi untuk kebutuhan sehari-hari. PT. Hasjrat Abadi Manado yang bergerak dalam bidang perdagangan barang mewah kendaraan bermotor. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh antara PPN dan PPnBM terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. Hasil penelitian yang dilakukan pada konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua PT. Hasjrat Abadi Manado, menunjukkan bahwa secara serentak PPN dan PPnBM berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor, dan secara parsial PPN tidak berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor, sedangkan PPnBM berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor.

Kata Kunci: PPN, PPnBM, Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor.

ABSTRACT

The trading activity of a country can not be separated from tax. VAT and luxury sales provide large revenues for cash proceeds of Indonesia, especially from people who are economically middle-up. Motor vehicles are classified as luxury goods, now used as a means of transportation for their daily needs. PT. Hasjrat Abadi Manado engaged in the trade of luxury goods vehicles. This study uses using multiple linear regression analysis to determine the effect of the VAT and luxury sales tax on consumer purchasing power motor vehicles. The results of consumer research conducted on four-wheeled vehicles and two-wheeled PT. Hasjrat Abadi Manado, shows that simultaneously VAT and luxury sales significantly influence consumers purchasing power motor vehicles, and partially VAT no effect on consumers purchasing power motor vehicles, while luxury sales significantly influence consumers purchasing power motor vehicles.

Keywords: Value Added Tax, Sales Tax On Luxury Goods, Consumer Purchasing Power Of Motor Vehicles.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di dunia yang membawahkan pada konsekuensi terhadap peningkatan aktivitas perdagangan. Sifat ketergantungan antara satu negara dengan negara yang lain dalam hal pemenuhan kebutuhan membuat aktivitas perdagangan semakin tidak dapat dipisahkan. Sekarang ini Indonesia sudah masuk dalam era perdagangan bebas, dimana bukan hanya melakukan aktivitas perdagangan antar daerah saja, melainkan dilakukan juga antar negara. Dengan kata lain aspek ekonomi sangat penting dalam kemajuan suatu negara. Kemajuan tersebut dapat dilihat dari berbagai sektor, terutama penerimaan Negara.

Di Indonesia ada berbagai sumber yang menjadi penerimaan kas negara diantaranya yaitu penerimaan perpajakan, pajak dalam negeri, pajak penghasilan, migas, nonmigas, pajak pertambahan nilai, pajak bumi dan bangunan, BPHTB, cukai, pajak lainnya, pajak perdagangan internasional, bea masuk, pajak/pungutan ekspor, penerimaan negara bukan pajak, penerimaan SDA, bagian laba BUMN, BNPB lainnya. Dalam hal ini pajak merupakan sumber utama dalam penerimaan atau penghasilan dari suatu negara, yang penyetorannya wajib dilakukan oleh setiap wajib pajak baik pribadi (perseorangan) maupun wajib pajak badan.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang menggantikan Pajak Penjualan (PPn) sejak 1 April 1985 yang ditetapkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah dengan UU Nomor 42 Tahun 2009 Tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM). Dalam Undang-Undang tersebut dijelaskan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa di Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi. Dasar pemikiran pengenaan pajak ini pada dasarnya adalah untuk mengenakan pajak pada tingkat kemampuan masyarakat untuk berkonsumsi. Berbeda dengan Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) yang memang hanya dikenakan kepada wajib pajak yang membeli atau memiliki barang kena pajak yang tergolong mewah yang rata-rata berpenghasilan menengah keatas.

Masyarakat kota Manado yang rata-rata memiliki ketertarikan pada barang-barang yang bernilai tinggi, seperti mobil dan sepeda motor yang termasuk dalam kendaraan bermotor dan dikenakan pajak penjualan atas barang mewah.

Dalam hubungannya dengan uraian penerimaan kas negara serta adanya pengaruh pengenaan PPN dan PPnBM terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor, PT. Hasjrat Abadi Manado merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan barang mewah kendaraan bermotor.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, peneliti merasa bahwa penelitian ini penting, karena daya beli merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu barang. Dimana dalam hal ini adalah kendaraan bermotor yang dikenakan pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah.

Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut.

1. Apakah Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua ?

2. Apakah Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua ?
3. Apakah Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris atas hal-hal sebagai berikut.

1. Menganalisis Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua.
2. Menganalisis Pengaruh Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua.
3. Menganalisis Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua.

Tinjauan Pustaka

Riahi dan Belkaoui (2011:50), mengutip definisi yang diberikan oleh Komite Terminologi dan American Institute of Certified Public Accountants adalah sebagai berikut. "Akuntansi adalah suatu seni pencatatan, pengklasifikasian, dan pengikhtisaran dalam cara yang signifikan dan satuan mata uang, transaksi-transaksi dan kejadian-kejadian yang paling tidak sebagian diantaranya, memiliki sifat keuangan, dan selanjutnya menginterpretasikan hasilnya".

Baru-baru ini, akuntansi telah didefinisikan berkaitan dengan konsep dari informasi kuantitatif. Akuntansi adalah suatu aktivitas jasa. Fungsinya adalah untuk memberikan informasi kuantitatif dari entitas ekonomi, terutama yang bersifat keuangan dan dimaksudkan untuk bermanfaat dalam pengambilan keputusan ekonomi, dan dalam menentukan pilihan diantara serangkaian tindakan-tindakan alternatif yang ada.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat diartikan akuntansi merupakan suatu proses pengumpulan informasi, melalui pencatatan, pengklasifikasian dan pengelompokan data-data atau transaksi-transaksi yang terkait dengan keuangan yang dapat dijadikan penentu dalam proses pengambilan keputusan.

Menurut Rochmat Soemitro, pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Definisi tersebut kemudian disempurnakan menjadi: Pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan "surplus"-nya digunakan untuk public saving yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*. (Resmi, 2009:1).

Menurut Ilyas dan Burton (2011:30-31), sistem pemungutan pajak dapat dibagi menjadi empat macam, yaitu sebagai berikut.

1. *Official Assessment System* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemungut pajak (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang harus dibayar (pajak yang terutang) oleh seseorang.
2. *Semiself Assessment system* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang pada fiskus dan wajib pajak untuk menentukan besarnya pajak seseorang yang terutang.

3. *Self Assessment system* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang penuh kepada Wajib Pajak untuk menghitung, memperhitungkan, menyetorkan, dan melaporkan sendiri besarnya utang pajak.
4. *Withholding system* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang pada pihak ketiga untuk memotong/memungut besarnya pajak yang terutang. Pihak ketiga yang telah ditentukan tersebut selanjutnya menyetor dan melaporkannya kepada fiskus.

Menurut Undang-undang Nomor 42 Tahun 2009 Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa di Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat disetiap jalur produksi dan distribusi. Pajak Pertambahan Nilai sangat dipengaruhi oleh perkembangan transaksi bisnis serta pola konsumsi masyarakat yang merupakan objek dari Pajak Pertambahan Nilai. Perkembangan ekonomi sangat dinamis baik ditingkat nasional, regional, maupun internasional harus menciptakan jenis serta pola transaksi yang baru.

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

Menurut Undang-Undang PPnBM Nomor 42 Tahun 2009, Pengusaha adalah orang pribadi atau badan dalam bentuk apapun yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya menghasilkan barang, melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar daerah pabean, melakukan usaha jasa termasuk mengekspor jasa, atau memanfaatkan jasa dari luar daerah pabean. Pengusaha Kena Pajak (PKP) adalah pengusaha yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak dan/ atau penyerahan Jasa Kena Pajak yang dikenai pajak berdasarkan Undang-Undang.

Menurut Waluyo (2012:304), Barang Kena Pajak (BKP) adalah barang yang berwujud menurut sifat atau hukumnya dapat berupa barang bergerak atau barang tidak bergerak dan barang tidak berwujud yang dikenakan pajak berdasarkan undang-undang PPN dan PPnBM.

Dari uraian tersebut Barang Kena Pajak dipersyaratkan sebagai berikut.

1. Barang berwujud atau barang tidak berwujud (Merek Dagang, Hak Paten, Cipta, dan lain-lain);
2. Dikenakan pajak berdasarkan undang-undang Pajak Pertambahan Nilai.

Barang Kena Pajak tidak dikaitkan dengan proses pengolahan (fabrikasi). Oleh karena itu, pengertian menghasilkan tidak berkaitan penentuan barang terutang PPN atau tidak, tetapi mempunyai hubungan dengan subjek pajak.

Menurut Setiadi (2008:134-135), keputusan membeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

Berdasarkan dari beberapa karakteristik pribadi yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli, dapat disimpulkan bahwa Daya Beli (*Purchasing Power*) merupakan kemampuan seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk. Daya beli antara satu orang dengan

yang lainnya pastilah berbeda dan tentunya disesuaikan dengan keinginan maupun kebutuhan dari orang tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih. (Sugiyono, 2010:100).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Hasjrat Abadi Manado, kantor cabang Jalan Jenderal Sudirman 199-A, Komo Luar Kecamatan Wenang Kota Manado Sulawesi Utara. Sedangkan waktu yang digunakan selama melakukan penelitian dimulai dari bulan mei sampai dengan juni 2015.

Prosedur Penelitian

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Observasi Tempat Penelitian
2. Mengajukan Permohonan Penelitian
3. Pengumpulan Data
4. Analisa Data Penelitian
5. Analisa Penerapan
6. Kesimpulan dan Saran

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kendaraan bermotor roda empat (Toyota) dan roda dua (Yamaha) yang membeli kendaraan selama periode satu tahun terakhir yaitu tahun 2014 pada PT. Hasjrat Abadi Manado. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian kecil dari jumlah populasi.

Jenis Kendaraan Bermotor	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
Roda Empat (TOYOTA)	= 1236	= 93
Roda Dua (YAMAHA)	= 1472	= 94

Jenis Data

Data kuantitatif yang diperlukan dalam penelitian ini adalah jumlah kendaraan bermotor roda empat dan roda dua yang terjual selama satu tahun terakhir yaitu tahun 2014, agar bisa diketahui jumlah konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua pada PT. Hasjrat Abadi Manado. Sedangkan data kualitatif adalah berbagai informasi yang diperlukan dalam melengkapi penelitian ini.

Sumber Data

Soeparno (2009:7), Berdasarkan cara pengumpulannya data dibedakan atas data primer dan data sekunder.

1. Data Primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuisisioner yang telah dibagikan kepada konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua PT. Hasjrat Abadi Manado.

2. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sejarah, profil, dan struktur organisasi yang diperoleh dari perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk penyelesaian skripsi ini yaitu dengan 2 (dua) bentuk penelitian.

1. Penelitian Kepustakaan (Library Research)
2. Penelitian Lapangan (Field Research)
 - a. Dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan secara langsung data-data perusahaan yang diperlukan dalam penelitian.
 - b. Kuisisioner, yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan terkait masalah yang akan diteliti kepada konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua pada PT. Hasjrat Abadi Manado.

Metode Analisis Data

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data “yang tidak berebeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Uji ini bisa dilihat dari hasil uji reliabilitas dengan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

- a. Asumsi Normalitas
- b. Asumsi Multikolinieritas
- c. Asumsi Heteroskedastisitas
- d. Uji Autokorelasi

Menurut Sugiyono (2010:277), Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti dengan maksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel (kriterium, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predicator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Untuk menyelesaikan analisis data ini secara keseluruhan, digunakan software program SPSS versi 20 for windows dan semua hasil output data yang dihasilkan kemudian diinterpretasikan satu persatu termasuk di dalamnya menentukan koefisien korelasi (R) untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dan koefisien determinasi (R²) untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas dan terikat.

Uji F dan t

Menurut Priyatno (2013:48) :

- Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.
- Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam bagian ini diuraikan definisi dari masing-masing variabel yang digunakan dengan operasional dan cara pengukurannya sebagai berikut :

1. Variabel independen (X)
 - a. Pajak Pertambahan Nilai (X_1)
 - b. Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2)
2. Variabel Dependen (Y) adalah Daya Beli Konsumen

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan

PT. Hasjrat Abadi adalah merupakan perusahaan swasta yang ada di Manado, dan bergerak dalam bidang perdagangan umum. PT. Hasjrat Abadi dahulunya adalah berbentuk CV. Hasjrat Abadi yang berdiri tanggal 31 Juli 1952 yang bertempat di Jakarta dengan notaries Sie Kwan Djien No. 12 tahun 1952. PT.Hasjrat Abadi pada tahun 1956 pada mulanya menjual bahan bangunan yang berupa semen, besi, tripleks dan lain-lain.

Setelah berkembangnya perekonomian dan teknologi yang bergerak dalam bidang perdagangan yang semakin luas maka permintaan barang dari konsumen untuk memenuhi hidup yang semakin bertambah, dengan alasan CV. Hasjrat Abadi membuka hidup yang cabang di Kota Manado untuk melayani kebutuhan masyarakat khususnya kendaraan beroda empat dengan merek "Toyota" berdasarkan Akte Notaris No. 124 tahun 1952 sebagai jaminan usaha, maka didirikan dijalan Sisingamangaraja No. 09 Calaca Manado, dengan Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia tertanggal 2 November 1981 No. 5/43/13. CV. Hasjrat Abadi diubah menjadi perusahaan perseroan (PT). Adapun pendiri sekaligus peserta terdiri dari dua orang, yaitu: Tn. Albert Hendrik Palar atas nama Rakhel David dan Tn. Willy Lontoh.

Deskripsi Responden

No.	Karakteristik Responden	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Jumlah Sampel	187	100%
2.	Jenis Kelamin		
	a. Pria	115	61%
	b. Wanita	72	39%
	Jumlah	187	100%
3.	Usia Responden		
	a. 20-29 Tahun	88	48%
	b. 30-39 Tahun	42	22%
	c. 40-49 Tahun	42	22%
	d. > 50 Tahun	15	8%
	Jumlah	187	100%
4.	Pendidikan Terakhir		
	a. SMU / Sederajat	67	36%
	b. Diploma	22	12%
	c. S 1	82	44%
	d. S 2 / S 3	16	8%
	Jumlah	187	100%
5.	Pendapatan rata-rata perbulan		
	a. Rp 1.000.000 s/d Rp 2.000.000	17	9%
	b. Rp 2.000.000 s/d Rp 5.000.000	96	51%
	c. Rp 5.000.000 s/d Rp 10.000.000	60	32%
	d. > Rp 10.000.000	14	8%
	Jumlah	187	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

Dengan demikian berdasarkan hasil deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa yang lebih banyak menjadi konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua pada PT. Hasjrat Abadi Manado selama tahun 2014, dan yang mendominasi penelitian ini adalah responden pria yang berusia sekitar 20-29 tahun, dengan tingkat pendidikan Strata 1 (S1) dan memiliki pendapatan berkisar Rp2.000.000-Rp5.000.000 per bulan.

Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1.
Kendaraan Bermotor Roda Empat

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	8.805	2.786
Pajak Pertambahan Nilai	.176	.131
Pajak Penjualan atas Barang Mewah	.440	.109

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

Persamaan Regresi $Y = 8,805 + 0,176X_1 + 0,440X_2$ menggambarkan bahwa variabel bebas (independen) Pajak Pertambahan Nilai (X_1) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2) dalam model regresi tersebut dapat dinyatakan satu variabel independen berubah sebesar 1 (satu) dan lainnya konstan, maka perubahan variabel terikat (dependen) Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat (Y) adalah sebesar nilai (b) dari nilai variabel independen tersebut.

Konstanta () sebesar 8,805 memberikan pengertian bahwa jika Pajak Pertambahan Nilai (X_1) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2) secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Daya Beli Konsumen (Y) sebesar 8,805 satuan.

Jika nilai b_1 yang merupakan koefisien dari Pajak Pertambahan Nilai (X_1) sebesar 0,176 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (X_1) bertambah 1 satuan, maka Daya Beli Konsumen (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,176 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Jika nilai b_2 yang merupakan koefisien regresi dari Pajak Penjualan atas Brang Mewah (X_2) sebesar 0,440 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel Pengenaan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2) bertambah 1 satuan, maka Daya Beli Konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,440 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Tabel 2.
Kendaraan Bermotor Roda Dua

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	14.826	2.773
Pajak Pertambahan Nilai	.088	.119
Pajak Penjualan atas Barang Mewah	.244	.121

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

Persamaan Regresi $Y = 14,826 + 0,088X_1 + 0,244X_2$ menggambarkan bahwa variabel bebas (independen) Pajak Pertambahan Nilai (X_1) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2) dalam model regresi tersebut dapat dinyatakan satu variabel independen berubah sebesar 1 (satu) dan lainnya konstan, maka perubahan variabel terikat (dependen) Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Dua (Y) adalah sebesar nilai (b) dari nilai variabel independen tersebut.

Konstanta () sebesar 14,826 memberikan pengertian bahwa jika Pajak Pertambahan Nilai (X_1) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2) secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Daya Beli Konsumen (Y) sebesar 14,826 satuan.

Jika nilai b_1 yang merupakan koefisien dari Pajak Pertambahan Nilai (X_1) sebesar 0,088 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (X_1) bertambah 1 satuan, maka Daya Beli Konsumen (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,088 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Jika nilai b_2 yang merupakan koefisien regresi dari Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2) sebesar 0,244 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel Pengenaan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2) bertambah 1 satuan, maka Daya Beli Konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,244 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Tabel 3.
Uji F Kendaraan Bermotor Roda Empat

F	Sig.
13.151	.000 ^b

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

Dari hasil Uji F menunjukkan bahwa nilai signifikan adalah 0,000 berarti lebih kecil (<) dari 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Kesimpulannya yaitu, Pajak Pertambahan Nilai (X_1) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat (Y).

Tabel 4.
Kendaraan Bermotor Roda Dua

F	Sig.
3.420	.037 ^b

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

Dari hasil Uji F menunjukkan bahwa nilai signifikan adalah 0,037 berarti lebih kecil (<) dari 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Kesimpulannya yaitu, Pajak Pertambahan Nilai (X_1) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Dua (Y).

Tabel 5.
Uji t Kendaraan Bermotor Roda Empat

Model	T	Sig
(Constant)	3.161	.002
Pajak Pertambahan Nilai	1.339	.184
Pajak Penjualan atas Barang Mewah	4.050	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

Dari hasil Uji t dapat diketahui bahwa Probabilitas (signifikan) X_1 sebesar 0,184 lebih besar ($>$) dari 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak. Kesimpulannya yaitu Pajak Pertambahan Nilai (X_1) tidak berpengaruh terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat (Y).

Sedangkan untuk Probabilitas (signifikan) X_2 sebesar 0,000 lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka H_a diterima atau H_0 ditolak. Kesimpulannya yaitu Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat (Y).

Tabel 6.
Kendaraan Bermotor Roda Dua

Model	T	Sig
(Constant)	5.347	.000
Pajak Pertambahan Nilai	.740	.461
Pajak Penjualan atas Barang Mewah	2.008	.048

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

Dari hasil Uji t dapat diketahui bahwa Probabilitas (signifikan) X_1 sebesar 0,461 lebih besar ($>$) dari 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak. Kesimpulannya yaitu Pajak Pertambahan Nilai (X_1) tidak berpengaruh terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Dua (Y).

Sedangkan untuk Probabilitas (signifikan) X_2 sebesar 0,048 lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka H_a diterima atau H_0 ditolak. Kesimpulannya yaitu Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Dua (Y).

Pembahasan

Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat Dan Roda Dua PT. Hasjrat Abadi Manado.

Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa di Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat disetiap jalur produksi dan distribusi. Pajak Pertambahan Nilai sangat dipengaruhi oleh perkembangan transaksi bisnis serta pola konsumsi masyarakat yang merupakan objek dari Pajak Pertambahan Nilai. Tarif Pajak Pertambahan Nilai adalah 10%.

Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai terhadap barang kena pajak memang sudah sangat dikenal oleh wajib pajak, dalam hal ini yaitu konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua pada PT.Hasjrat Abadi Manado. Sehingga pengenaan dari pajak pertambahan nilai itu sendiri tidak mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu kendaraan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada kedua objek yaitu mengenai pengenaan Pajak Pertambahan Nilai, menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh terhadap Daya

Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat dan Roda Dua. Hal ini dikarenakan, jaman sekarang kendaraan bermotor roda empat maupun roda dua memang sudah sangat dibutuhkan oleh masyarakat sebagai alat transportasi dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, sehingga pengenaan pajak pertambahan nilai yang tarifnya relatif kecil tidak mempengaruhi daya beli dari konsumen.

Pengaruh Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat dan Roda Dua PT. Hasjrat Abadi Manado.

Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) merupakan bagian dari Pajak Pertambahan Nilai yang dikenakan pada Barang Kena Pajak (BKP) yang tergolong mewah yang dilakukan oleh pengusaha yang menghasilkan, mengimpor, atau mengekspor barang kena pajak yang tergolong mewah tersebut didalam daerah pabean dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaannya. Pajak penjualan atas barang mewah dapat mempengaruhi kemampuan membeli konsumen terhadap nilai jual suatu barang, dalam hal ini kendaraan bermotor roda empat dan roda dua pada PT.Hasjrat Abadi Manado.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua, terdapat pengaruh positif antara PPnBM terhadap daya beli konsumen. Hasil penelitian keduanya menunjukkan hasil yang sama, yaitu pengenaan pajak penjualan atas barang mewah berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor pada PT. Hasjrat Abadi Manado. Artinya semakin tingginya nilai jual suatu kendaraan yang dikenakan pajak penjualan atas barang mewah yang tarifnya lebih tinggi dari pajak pertambahan nilai, atau semakin mewah kendaraan tersebut secara signifikan akan mempengaruhi daya beli konsumen kendaraan bermotor. Gengsi dan daya beli yang sangat menentukan pembelian kendaraan bermotor. Walaupun memang belum semua masyarakat yang mengerti benar tentang PPnBM namun tidak menurunkan niat untuk membeli, dikarenakan kebutuhan gengsi sebagai penegasan dari status sosial.

Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat dan Roda Dua PT. Hasjrat Abadi Manado.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada konsumen kendaraan bermotor roda empat dan roda dua pada PT. Hasjrat Abadi Manado, menunjukkan hasil penelitian yang sama, yaitu bahwa Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda empat dan Roda Dua pada PT. Hasjrat Abadi Manado.

4. KESIMPULAN

Dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan untuk membuktikan hipotesis maka diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Pada konsumen kendaraan bermotor roda empat secara parsial, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. Pada konsumen kendaraan bermotor roda dua secara parsial, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor.
2. Pada konsumen kendaraan bermotor roda empat secara parsial, Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. Pada konsumen kendaraan bermotor roda dua secara parsial, Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor.

3. Pada konsumen kendaraan bermotor roda empat secara simultan, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. Pada konsumen kendaraan bermotor roda dua secara simultan, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Raja. (2014). *Analisis Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Pada Kendaraan Bermotor* (Studi Empiris Pada Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat di Wilayah Kota Tanjungpinang). Jurnal. *Universitas Maritim Ali Haji*. Tanjung Pinang.
- Ilyas Wirawan B, Burton Richard. (2011). *Hukum Pajak*. Edisi 5. Salemba Empat. Jakarta.
- Priyatno Duwi. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Multivariate Dengan SPSS*. Gava Media. Yogyakarta.
- Resmi Siti. (2009). *Perpajakan: Teori Dan Kasus*. Edisi 5. Salemba Empat. Jakarta.
- Riahi Ahmed, Belkaoui. (2011). *Accounting Teori*. Buku Satu. Edisi 5. Salemba Empat. Jakarta.
- Seri Peraturan Perpajakan Lengkap. (2013). *Undang-Undang PPnBM: Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah*. Edisi Lengkap. Fokusmedia. Bandung.
- Soeparno. (2009). *Analisis Forecasting Dan Keputusan Manajemen: Teori Dan Aplikasi Metode Analisis Kuantitatif*. Salemba Empat. Jakarta.
- Setiadi Nugroho. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Ketiga. Kencana. Jakarta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Tria Hapsari, Ayuningtyas, Dyah. (2010). *Analisis Pengaruh Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Pada Barang Elektronika (Studi Empiris Pada Konsumen Barang Elektronika di Wilayah Tangerang Selatan)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Waluyo. (2011). *Perpajakan Indonesia*. Edisi 10. Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.