

ABSTRACT

Wiwi Susana, Effect of Value Added Tax (VAT) and Sales Tax on Luxury Goods (Sales Tax) on motorcycle (Empirical Studies in PT Astra International Tbk – Honda)

This study aims to effect of VAT and luxury sales tax on the purchasing power of consumers. The population is consumer motorcycle are in the area of North Jakarta. Samples are tested in several consumer PT Astra International Tbk - Honda stores are located in the territory of North Jakarta with questionnaire distribution.

The results showed a positive and significant effect of variable VAT and luxury sales on the purchasing power of consumers. Results The coefficient of determination is 0.481 means that the dependent variable is 48.1% Consumer Buying Power (Y) variation can be explained by the variable VAT (X1) and Sales Tax on Luxury Goods (Sales Tax) (X2) the rest is explained by variables outside variables used.

Keywords: VAT, Sales Tax, Consumer Purchasing Power



ABSTRAK

Wiwi Susana, Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) terhadap Daya Beli Konsumen pada Kendaraan Bermotor Roda Dua (Studi Empiris pada PT Astra International Tbk – Honda).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh PPN dan PPnBM terhadap daya beli konsumen. Populasi penelitian adalah konsumen kendaraan bermotor roda dua yang berada di wilayah Jakarta Utara. Sampel yang diuji adalah konsumen di PT Astra International Tbk - Honda yang berada diwilayah Jakarta Utara dengan penyebaran kuesioner. Uji statistik yang digunakan adalah model regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel PPN maupun PPnBM terhadap daya beli konsumen. Hasil Koefisien Determinasi adalah 0,481 artinya 48,1% variabel terikat yaitu Daya Beli Konsumen (Y) variasinya dapat dijelaskan oleh variabel PPN (X1) dan PPnBM (X2) sisanya dijelaskan oleh variabel diluar variabel yang digunakan.

Kata kunci : PPN, PPnBM, Daya Beli Konsumen

