

**PENGARUH EFEKTIVITAS E-COMMERCE DAN
KEBIJAKAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN)
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
(Survey Pada Mahasiswa Karyawan Mercubuana Tahun
2014 Jurusan Akuntansi Kampus Meruya)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi
Akuntansi Universitas Mercubuana Jakarta**



Nama : Desi Ratna Sari

Nim : 43214110066

**Program Studi Akuntansi
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2019

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Desi Ratna Sari
Nim : 43214110066
Program Studi : S1 Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITA
MERCU BUANA

Jakarta, 21 JANUARI 2021



Desi Ratna Sari

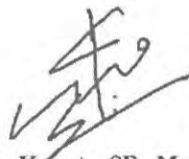
NIM : 43214110066

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Desi Ratna Sari
NIM : 43214110066
Program Studi : SI Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Efektivitas E-Commerce dan Kebijakan Pajak
Pertambahan Nilai (PPN) terhadap Perilaku Konsumen
(Survei Pada Mahasiswa Karyawan Mercubuana Tahun
2014 Jurusan Akuntansi Kampus Meruya).
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan oleh :

Pembimbing,



Febrian Kwarto, SE., M.Ak., Ak., CA.

Tanggal :

Ketua Penguji



Diah Iskandar, SE., M.Si.

Tanggal :

UNIVERSITAS

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.

Tanggal :

Ketua Program Studi
SI Akuntansi,



Dr. Fardinal, SE., M.Si., Ak.

Tanggal :

ABSTRACT

This research was conducted on Consumers at Mercubuana University. The phenomenon that occurs in consumer behavior is that Indonesian consumers are not measured by the level of consumer empowerment. The development of e-commerce is not accompanied by adequate application of regulations from online businesses. That can change consumer behavior, can encourage activity or vice versa. However, VAT growth was slow due to the slowing economy, including consumption.

This research is a quantitative study, with descriptive and verification methods. Jakarta population study. Data were collected by distributing questionnaires directly to 72 Mercubuana employees in 2014 majoring in accounting in the meruya campus. Data were analyzed using SPSS with the help of SPSS 2.0 software.

The results showed that the effectiveness of e-commerce affects consumer behavior and VAT policies on consumer behavior, where e-commerce effectiveness is consumer behavior that is implemented optimally and VAT policies that affect consumer behavior.

Keywords: E-Commerce Effectiveness, Value Added Tax (VAT), Consumer Behavior.



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Konsumen di Universitas Mercubuana. Fenomena yang terjadi dalam perilaku konsumen adalah konsumen Indonesia tidak diukur oleh tingkat pemberdayaan konsumen. Perkembangan e-commerce tidak disertai dengan penerapan regulasi yang cukup dari bisnis online. Itu dapat mengubah perilaku konsumen, dapat mendorong aktivitas atau sebaliknya. Namun, pertumbuhan PPN yang lambat karena ekonomi melambat, termasuk konsumsi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan metode deskriptif dan verifikatif. Studi populasi Jakarta. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner langsung ke 72 mahasiswa karyawan Mercubuana tahun 2014 jurusan akuntansi kampus meruya. Data dianalisis menggunakan SPSS dengan bantuan perangkat lunak SPSS 2.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas e-commerce mempengaruhi perilaku konsumen dan kebijakan PPN pada perilaku konsumen, di mana efektivitas e-commerce adalah perilaku konsumen yang diimplementasikan secara optimal dan kebijakan PPN yang berpengaruh pada perilaku konsumen.

Kata Kunci: Efektivitas E-Commerce, PPN Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Perilaku Konsumen.



KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “ **Pengaruh Efektivitas E-Commerce dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Perilaku Konsumen**” (**Survey Pada Mahasiswa Karyawan Mercubuana Tahun 2014 Jurusan Akuntansi Kampus Meruya**)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Febrian Kwarto SE.,M.Ak., AK., CA., ACPA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, teteh dan aa yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta member semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsyah, Ak., M.Si, CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Fardinal, SE., M.Si., Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kepada Fiqih Ismi Romadhon yang telah memberikan semangat, doa, cinta dan dukungan moral yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Pihak-pihak lainnya yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan didalam skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Januari 2019



Desi Ratna Sari

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	8
A. Latar belakang penelitian	8
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Technology Acceptance Model (TAM).....	16
2. Efektivitas E-commerce.....	17
3. Definisi Pajak.....	18
3.1 Fungsi Pajak.....	20
3.2 Sistem Pemungutan Pajak.....	22
4. Pajak Pertambahan Nilai (PPN).....	24
4.1 Prinsip Pemungutan PPN.....	27
4.2 Subyek PPN.....	28
4.3 Obyek PPN.....	29
4.4 Mekanisme Pengenaan PPN.....	29
4.5 Tarif PPN.....	30
4. Perilaku Konsumen.....	31
5. Penelitian Terdahulu.....	33
B. Rerangka Pemikiran.....	39
1. Pengaruh efektivitas E- Commerce terhadap perilaku konsumen.....	40
2. Pengaruh kebijakan pajak pertambahan nilai.....	40
C. Hipotesis.....	40

BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Tempat dan Waktu Penelitian	42
B. Desain Penelitian	42
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	42
1. Definisi Variabel	42
2. Operasionalisasi Variabel.....	45
2.1 Efektivitas E-commerce	45
2.2 Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai.....	45
2.3 Perilaku Konsumen	45
D. Pengukuran Variabel	46
E. Populasi dan Sampel Penelitian	48
1. Populasi	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Metode Analisis	50
1. Analisis Statistik Deskriptif	50
2. Uji Kualitas Data	50
2.1 Uji Validitas	50
2.2 Uji Reliabilitas	50
3. Uji Asumsi Klasik	51
3.1 Uji Normalitas	51
3.2 Uji Multikolinieritas.....	52
3.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	54
5. Uji Hipotesis	54
5.1 Koefisien Determinasi.....	54
5.2 Uji Simultan (Uji F)	55
5.3 Uji Parsial.....	56
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 57
A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	57
1. Tempat dan Waktu Penelitian	57
2. Karakteristik Profil Responden	58
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	59
1. Efektivitas E- Commerce	60

2. Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai.....	60
3. Perilaku Konsumen	61
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	61
1. Hasil Uji Kualitas	61
2. Hasil Uji Realibilitas	63
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
1. Hasil Uji Normalitas	65
2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
E. Analisis Regresi Linear Berganda	68
F. Hasil Uji Hipotesis	70
1. Uji Koefisien Determinasi	70
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	71
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	72
G. Pembahasan Hasil Penelitian	73
1. Pengaruh Efektivitas E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen	73
2. Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Perilaku Konsumen.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
1. Saran Praktis	75
2. Saran Akademis	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kasus Penggunaan E-Commers	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Variabel Penelitian Dan Pengukuran	46
Tabel 3.2 Alternative Jawaban Responden	48
Tabel 4.1 Gambaran Pengumpulan Kuesioner.....	58
Tabel 4.2 Usia Konsumen Online Retail.....	58
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas (X1) Efektifitas E-Commerce	62
Tabel 4.6 HASIL UJI VALIDITAS (X2)	62
Tabel 4.7 HASIL UJI VALIDITAS (Y1) Perilaku Konsumen.....	63
Tabel 4.8 HASIL UJI REABILITAS (X1) Efektivitas E-Commerce.....	63
Tabel 4.9 HASIL UJI REABILITAS (X2)	64
Tabel 4.10 HASIL UJI REABILITAS (Y1) Perilaku Konsumen.....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikasi Simultan	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikasi Parameter Individual	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	16
Gambar 2.3 Skema Rerangka Pemikiran	39



LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	84
Lampiran 2 : Tabulasi.....	86
Lampiran 3 : Outpus SPSS.....	93

