

## PENGARUH KENAIKAN PPN 11%, KENAIKAN HARGA SEMBAKO DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT KOTA MADIUN

Rafika Putri Auliasari<sup>1</sup>, Sasmito Widi Nugroho<sup>2</sup>, Yopie Diondy Kurniawan<sup>3</sup>

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Madiun, Jawa Timur<sup>1,2,3</sup>

Email Koresponden : [rafikaputriauliasari06@gmail.com](mailto:rafikaputriauliasari06@gmail.com)

### ARTICLE INFO

#### Article History

Submission : 01 - 08 - 2024

Review : 08 - 08 - 2024

Revised : 10 - 08 - 2024

Accepted : 10 - 08 - 2024

Publish : 10 - 08 - 2024

#### Keywords :

kenaikan PPN,  
harga sembako,  
pendapatan,  
perilaku konsumtif

### ABSTRACT

*This research aims to determine the impact of a 11% VAT increase, rising staple food prices, and income on the consumer behavior of the people of Madiun City. The respondents of this study are Madiun City residents who are employed and have a steady income, with a total of 115 respondents selected through cluster sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, coefficient of determination tests, multiple linear regression analysis, F-tests, and T-tests, with the assistance of SPSS version 22 software. The results of the study indicate that the 11% VAT increase does not significantly affect the consumer behavior of the people of Madiun City. On the contrary, the increase in staple food prices has a significant negative effect on consumer behavior, while income has a significant positive effect on the consumer behavior of the people of Madiun City. The theoretical implications of this research include the use of consumer demand theory, which provides a deeper understanding of how economic factors influence consumer behavior. This study employs consumer demand theory and decision theory to comprehend how the VAT increase, staple food prices, and income affect the consumer behavior of the people of Madiun City, and offers economic policy insights aimed at regulating consumer behavior. The managerial implications of this research include the formulation of more effective policies to enhance financial literacy and public understanding of government economic policies.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kenaikan PPN sebesar 11%, kenaikan harga sembako, dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Responden penelitian ini adalah masyarakat Kota Madiun yang sudah bekerja dan memiliki pendapatan tetap, dengan jumlah responden sebanyak 115 orang yang dipilih melalui metode cluster sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, uji F, dan uji T, dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan PPN sebesar 11% tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Sebaliknya, kenaikan harga sembako berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Implikasi teoritis dari penelitian ini mencakup penggunaan teori permintaan konsumen yang memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana faktor ekonomi memengaruhi

perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan teori permintaan konsumen dan teori keputusan untuk memahami bagaimana kenaikan PPN, harga sembako, dan pendapatan memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun, serta memberikan wawasan kebijakan ekonomi yang bertujuan mengatur perilaku konsumtif masyarakat. Implikasi manajerial dari penelitian ini mencakup pembentukan kebijakan yang lebih efektif dalam meningkatkan literasi keuangan serta pemahaman publik terhadap kebijakan ekonomi pemerintah.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pajak telah lama menjadi salah satu sumber pendapatan negara terbesar yang tak terpisahkan. Sebagai sumber pendapatan utama, pajak memiliki potensi besar untuk mendukung program-program pemerintah dalam mengubah kondisi negara (Natalia & Fajria, 2023). Pajak dikenakan atas berbagai aspek kehidupan ekonomi, seperti pendapatan individu, bisnis, properti, serta transaksi komersial. Dengan berbagai jenis dan bentuknya, pajak mampu menghasilkan pendapatan yang substansial bagi negara. Peran pajak tidak hanya sebatas sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai instrumen kebijakan ekonomi yang kuat.

PPN merupakan pajak yang dikenakan di setiap pembelian produk atau jasa dalam negeri kepada wajib pajak individu, badan usaha, dan pemerintah (Hidayatulloh, 2021). Konsumen atau pembeli yang menanggung beban pajak dalam PPN, menjadikannya umum dalam transaksi sehari-hari. PPN dikenakan pada setiap penambahan nilai pada tahapan proses produksi hingga distribusi. Dengan demikian, konsumen akan membayar harga produk atau jasa beserta nilai PPN yang terkandung di dalamnya. Pendapatan dari PPN kemudian digunakan oleh pemerintah untuk mendukung berbagai sektor dan program, termasuk pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan layanan publik lainnya (Kemenkeu, 2022).

Kenaikan harga sembako telah menjadi permasalahan yang terus berkelanjutan di Indonesia. Faktor-faktor seperti fluktuasi harga bahan baku, kendala dalam distribusi, serta perubahan iklim telah memberikan tekanan terhadap harga sembako. Setelah pandemi COVID-19 melanda, kondisi kenaikan harga sembako menjadi lebih kompleks, dengan gangguan dalam rantai pasokan, distribusi, dan ekonomi secara global. Kebijakan pemerintah dalam menangani pandemi, seperti pembatasan aktivitas ekonomi, dapat memengaruhi rantai pasokan dan distribusi sembako.

Kebijakan kenaikan PPN dari sebelumnya 10% menjadi 11% menjadi sorotan utama masyarakat. Dampaknya terhadap biaya hidup dan daya beli masyarakat menjadi

perhatian serius. Kebijakan kenaikan PPN berdampak langsung pada harga produk-produk konsumen, termasuk sembako. Dengan naiknya tarif PPN, harga jual sembako dan barang kebutuhan harian lainnya cenderung meningkat. Diskusi tentang kenaikan sembako dan kebijakan kenaikan PPN telah menjadi perbincangan utama dalam percakapan publik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kenaikan PPN sebesar 11%, kenaikan harga sembako dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Kota Madiun. Melalui metode survei dan penggunaan kuesioner, penelitian ini akan mempelajari persepsi dan pengetahuan masyarakat terkait perubahan kebijakan PPN serta tingkat pemahaman mereka mengenai kenaikan harga sembako. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan tentang bagaimana kenaikan harga sembako, kebijakan PPN dan pendapatan memengaruhi keputusan konsumsi masyarakat di Madiun, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor apa saja yang mendorong perilaku konsumtif, dan memberikan rekomendasi kebijakan yang relevan dalam mengelola dampak kenaikan harga sembako dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap situasi ekonomi terkini.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Instrumen penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan cara pengumpulan serta analisis data yang dapat diukur dan dihitung secara statistik. Metode survei berbasis kuesioner akan menjadi instrumen utama untuk mengumpulkan data dari masyarakat di Kota Madiun.

Kuesioner akan dirancang dengan skala pengukuran yang terstandarisasi, memungkinkan peneliti untuk mengukur persepsi masyarakat terkait tiga variabel utama yakni kenaikan PPN sebesar 11%, kenaikan harga sembako dan pendapatan. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner akan diformulasikan untuk mendapatkan informasi tentang pengetahuan masyarakat terkait perubahan kebijakan pajak, pemahaman mereka tentang implikasi kenaikan PPN, serta sejauh mana kenaikan harga sembako memengaruhi keputusan konsumsi.

### **2. Metode Pengambilan Sampel**

Sampel penelitian ini adalah Masyarakat Kota Madiun dengan pendapatan tetap dan bertempat tinggal di Kota Madiun. Teknik penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Clauster Sampling* dengan ukuran sampel akhir 115 responden.

### 3. Uji Instrumen Penelitian

#### a) Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas kuesioner adalah untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat mengukur variabel yang diteliti dengan tepat. Langkah uji validitas dilakukan sesuai dengan panduan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017). Hal ini meliputi uji validitas isi (content validity) untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner mencakup aspek-aspek yang relevan dari variabel yang diteliti.

#### b) Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas kuesioner juga penting untuk dilakukan guna mengevaluasi seberapa konsisten instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2017) reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa kuesioner akan menghasilkan hasil yang konsisten dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian, konsistensi data yang diperoleh dari kuesioner dapat dipertahankan, sehingga hasil analisis dan interpretasi dapat diandalkan untuk mendukung kesimpulan dalam penelitian ini.

### 4. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Menurut Aisyah et al., 2020, uji normalitas digunakan untuk mengindikasikan data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal atau tidak. Apabila data dalam penelitian terdistribusi normal, maka model regresi telah memenuhi uji normalitas begitupun sebaliknya. Terdapat beberapa cara untuk melakukan uji normalitas, di antaranya dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi dari uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih dari 0,05, maka data dinyatakan terdistribusi normal..

#### b) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana terdapat korelasi linear antar variabel independen (Ghozali, 2021). Ada beberapa cara untuk mengetahui multikolinieritas dalam model regresi, salah satunya adalah dengan mengacu pada nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai *tolerance* > 0,10 atau nilai *VIF* < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

#### c) Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, heteroskedastisitas terjadi ketika varians dari residual tidak stabil atau tidak konstan. Salah satu cara untuk mengetahui keadaan heteroskedastisitas penelitian adalah dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser digunakan untuk meregresi nilai residual terhadap variabel independen (Aisyah et al., 2020). Jika nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari

0,05, maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

## 5. Kriteria Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan model regresi dalam menjabarkan variasi dari variabel terikat. Nilai R<sup>2</sup> berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai semakin mendekati 1, maka semakin besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat (Ghozali, 2021).

### 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, dan untuk memperkirakan nilai dari variabel terikat jika nilai variabel bebas diketahui (Ghozali, 2021). Berikut adalah model regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini :

$$\text{Perilaku Konsumtif Masyarakat Madiun} = \alpha + (\beta_1 \times \text{Kenaikan PPN 11\%}) + (\beta_2 \times \text{Kenaikan Harga Sembako}) + (\beta_3 \times \text{Pendapatan}) + \epsilon$$

Dimana:

- a.  $\alpha$  adalah konstanta.
- b.  $\beta_1$ ,  $\beta_2$  dan  $\beta_3$  adalah Koefisien regresi yang mengukur dampak setiap variabel independen terhadap variabel dependen.
- c. E adalah kesalahan acak.

### 3. Uji F atau ANOVA

Uji F dilakukan untuk mengetahui semua variabel bebas yang digunakan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama (simultan) terhadap variabel terikat (Ghozali, 2021). Uji F dilakukan dengan acuan nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi  $< \alpha$ , maka dapat diartikan bahwa variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2021).

### 4. Uji T

Uji t dilakukan untuk melihat apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2021). Uji T dilakukan dengan acuan nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi  $< \alpha$ , maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Analisis Data**

**a) Uji Validitas**

Tabel 1. Hasil uji validitas

No	Variabel/Indikator	Sig. (2tailed)	Keterangan
1	<b>Kenaikan PPN 11%</b>		
	X1.1	0,05 (5%)	<b>Valid</b>
	X1.2		<b>Valid</b>
	X1.3		<b>Valid</b>
	X1.4		<b>Valid</b>
	X1.5		<b>Valid</b>
	X1.6		<b>Valid</b>
	X1.7		<b>Valid</b>
	X1.8		<b>Valid</b>
	X1.9		<b>Valid</b>
X1.10	<b>Valid</b>		
2	<b>Kenaikan Harga Sembako</b>		
	X2.1	0,05 (5%)	<b>Valid</b>
	X2.2		<b>Valid</b>
	X2.3		<b>Valid</b>
	X2.4		<b>Valid</b>
	X2.5		<b>Valid</b>
	X2.6		<b>Valid</b>
	X2.7		<b>Valid</b>
	X2.8		<b>Valid</b>
X2.9	<b>Valid</b>		
3	<b>Pendapatan</b>		
	X3.1	0,05 (5%)	<b>Valid</b>
	X3.2		<b>Valid</b>
	X3.3		<b>Valid</b>
	X3.4		<b>Valid</b>
	X3.5		<b>Valid</b>
	X3.6		<b>Valid</b>
	X3.7		<b>Valid</b>
	X3.8		<b>Valid</b>
	X3.9		<b>Valid</b>
X3.10	<b>Valid</b>		
4	<b>Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Madiun</b>		
	Y1		<b>Valid</b>
	Y2		<b>Valid</b>
Y3	<b>Valid</b>		

	Y4	0,05 (5%)	<b>Valid</b>
	Y5		<b>Valid</b>
	Y6		<b>Valid</b>
	Y7		<b>Valid</b>
	Y8		<b>Valid</b>
	Y9		<b>Valid</b>
	Y10		<b>Valid</b>
	Y11		<b>Valid</b>

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, ditemukan bahwa semua variabel dalam instrumen penelitian ini memiliki nilai signifikansi (sig. 2-tailed)  $< 0,05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa setiap item pernyataan dalam instrumen penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

#### b) Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen	Cronbach's Alpha	Level of Reliability	Keterangan
Kenaikan PPN 11% (X1)	0,796	$\geq 0,70$	Reliabel
Kenaikan Harga Sembako (X2)	0,870	$\geq 0,70$	Reliabel
Pendapatan (X3)	0,861	$\geq 0,70$	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,754	$\geq 0,70$	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut, diketahui bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* yang melebihi 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang dapat diandalkan untuk mengolah data penelitian.

#### c) Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.69054230
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.044
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111

Berdasarkan hasil analisis tersebut, nilai signifikansi menunjukkan 0,111, dimana nilai signifikansi tersebut > 0,05. Dengan demikian, model yang digunakan memenuhi asumsi normalitas residual yang diperlukan dalam analisis regresi, sehingga hasil analisis regresi yang diperoleh dapat dianggap valid dan dapat digunakan untuk interpretasi lebih lanjut dalam penelitian ini.

## 2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kenaikan PPN 11% (X1)	.718	1.393
Kenaikan Harga Sembako (X2)	.497	2.013
Pendapatan (X3)	.468	2.135

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinieritas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* setiap variabel bebas dalam model yaitu nilai *tolerance* melebihi 0,10 dan nilai *VIF* kurang dari 10.



### 3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.712	1.487		1.823	.071
Kenaikan PPN 11% (X1)	-.010	.032	-.035	-.317	.752
Kenaikan Harga Sembako (X2)	-.046	.047	-.132	-.987	.326
Pendapatan (X3)	.036	.046	.107	.776	.439

Berdasarkan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk masing-masing variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### d) Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.642	.412	.396	2.727

Hasil uji tersebut menunjukkan hasil bahwa nilai adjusted R<sup>2</sup> dalam penelitian ini adalah sebesar 0,396. Hal tersebut mengindikasikan bahwa 39,6% variasi dalam perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun dapat dijabarkan oleh tiga variabel independen yang diteliti dalam penelitian, yaitu kenaikan PPN 11%, kenaikan harga sembako, dan pendapatan.

e) Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	31.232	2.345		13.745	.000
Kenaikan PPN 11% (X1)	-.057	.051	-.097	-1.124	.263
Kenaikan Harga Sembako (X2)	-.609	.074	-.853	-8.262	.000
Pendapatan (X3)	.359	.073	.526	4.949	.000

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear di atas, model persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Perilaku Konsumtif Masyarakat Madiun} = 32,232 - 0,057 \text{ Kenaikan PPN 11\%} - 0,609 \text{ Kenaikan Harga Sembako} + 0,359 \text{ Pendapatan} + \epsilon$$

Kesimpulan dari model regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (32,232)  
 Nilai ini adalah nilai dasar yang akan diambil oleh variabel perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun ketika kenaikan PPN 11% (X1), kenaikan harga sembako (X2), dan pendapatan (X3) bernilai nol. Pada hasil penelitian ini, konstanta 32,232 bisa diartikan sebagai nilai awal atau dasar sebelum mempertimbangkan efek dari kenaikan PPN 11% (X1), kenaikan harga sembako (X2), dan pendapatan (X3).
2. Kenaikan PPN 11% (X1 = -0,057)  
 Koefisien ini menunjukkan bahwa dengan setiap kenaikan 1% pada PPN 11%, perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun akan berkurang sebesar 5,7%, asumsi variabel lain tetap konstan. Nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik, artinya semakin tinggi Kenaikan PPN, semakin rendah perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun.
3. Kenaikan Harga Sembako (X2 = -0,609)

Koefisien ini menunjukkan bahwa dengan setiap kenaikan 1% pada harga sembako, perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun akan berkurang sebesar 60,9%, asumsi variabel lain tetap konstan. Ini juga menunjukkan hubungan terbalik, artinya semakin tinggi harga sembako, semakin rendah nilai perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun.

**f) Uji Simultan (Uji F)**

Tabel 8 . Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	577.743	3	192.581	25.903	.000
Residual	825.248	111	7.423		
Total	1402.991	114			

Hasil uji F tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000, yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan dari variabel kenaikan PPN 11%, kenaikan harga sembako, dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun.

**g) Uji T**

Tabel 8 . Hasil Uji Simultan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	31.232	2.345		13.745	.000
Kenaikan PPN 11% (X1)	-.057	.051	-.097	-1.124	.263
Kenaikan Harga Sembako (X2)	-.609	.074	-.853	-8.262	.000
Pendapatan (X3)	.359	.073	.526	4.949	.000

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan uji t atau parsial tersebut, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis pertama bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kenaikan PPN 11% terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Berdasarkan Tabel 4.16, variabel kenaikan PPN 11% memiliki nilai signifikansi sebesar 0,263, yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kenaikan PPN 11% tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun cenderung tetap stabil walaupun terjadi kenaikan PPN sebesar 11%. Masyarakat Kota Madiun menerapkan cara lain untuk menoleransi adanya kebijakan kenaikan PPN 11% dengan mencari alternatif lain, seperti berbelanja di toko-toko yang tidak menerapkan PPN 11%, untuk menghindari kenaikan biaya akibat pajak tersebut. Dengan demikian, hipotesis pertama dinyatakan tidak didukung.

2. Hipotesis Kedua

Pengujian hipotesis kedua bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kenaikan harga sembako terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Berdasarkan Tabel 4.16, variabel kenaikan harga sembako memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan harga sembako memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Selain itu, nilai beta untuk variabel ini adalah -0,853, yang menunjukkan adanya pengaruh negatif. Artinya, ketika harga sembako naik, perilaku konsumtif Masyarakat Kota Madiun cenderung menurun. Dengan demikian, hipotesis kedua dinyatakan didukung.

3. Hipotesis Ketiga

Pengujian hipotesis ketiga bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Berdasarkan Tabel 4.16, variabel pendapatan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Selain itu, nilai beta untuk variabel ini adalah 0,359, yang menunjukkan adanya pengaruh positif. Artinya, ketika pendapatan naik, perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun cenderung meningkat. Dengan demikian, hipotesis ketiga dinyatakan didukung.

## Pembahasan

### a) Pengaruh Kenaikan PPN 11% terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Madiun

Hasil uji t mengindikasikan bahwa kenaikan PPN 11% tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi kenaikan PPN 11% sebesar 0,263 yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H1 tidak didukung atau tidak diterima. Menurut teori permintaan konsumen (*theory of consumer demand*) yang digunakan oleh peneliti, permintaan terhadap barang dan jasa sangat dipengaruhi oleh harga dan pendapatan konsumen. Kenaikan PPN seharusnya meningkatkan harga barang dan jasa, yang pada akhirnya diharapkan mengurangi permintaan. Namun, dalam konteks ini, kenaikan PPN 11% tampaknya tidak cukup signifikan untuk memengaruhi perilaku belanja masyarakat secara nyata. Menurut Rahardjo (2018), "Respons konsumen terhadap kenaikan pajak tidak selalu linier, terutama jika kenaikan tersebut tidak dianggap signifikan oleh konsumen" (Rahardjo, 2018). Artinya, jika konsumen menganggap kenaikan pajak masih dalam batas yang dapat diterima, mereka tidak akan mengubah perilaku konsumsi mereka secara drastis.

Selain itu hasil penelitian ini sesuai dengan teori keputusan (*decision theory*) yang digunakan peneliti. Teori ini menjelaskan bagaimana individu atau organisasi membuat keputusan dalam situasi tertentu (Kusumadewi, 2018). Dalam penelitian ini, keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli barang dan jasa setelah kenaikan PPN tidak dipengaruhi secara signifikan oleh perubahan tarif tersebut. Hal ini disebabkan oleh faktor-faktor lain yang lebih berpengaruh dalam pengambilan keputusan konsumen, seperti pendapatan dan preferensi pembelian.

Penelitian terdahulu oleh Joko Sustiyo (2021) menemukan bahwa kenaikan PPN 11% berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Dalam studinya, Sustiyo menunjukkan bahwa kenaikan PPN menyebabkan penurunan konsumsi secara nyata karena konsumen merasa tertekan oleh kenaikan harga barang dan jasa yang dibeli sehari-hari (Sustiyo, 2021). Sustiyo berargumen bahwa sensitivitas konsumen terhadap perubahan pajak bergantung pada seberapa besar proporsi pendapatan mereka yang dialokasikan untuk konsumsi barang dan jasa yang dikenakan pajak. Pernyataan tersebut tidak sesuai dengan hasil dari penelitian ini.

Sebaliknya, penelitian oleh Dewi (2020) mendukung hasil penelitian ini dan menunjukkan bahwa kenaikan PPN tidak selalu berdampak signifikan pada perilaku konsumtif karena konsumen memiliki elastisitas harga yang berbeda-beda terhadap berbagai jenis barang dan jasa (Dewi, 2020). Dalam studi Dewi, kenaikan

PPN dianggap tidak cukup besar untuk mendorong perubahan signifikan dalam kebiasaan belanja konsumen.

**b) Pengaruh Kenaikan Harga Sembako terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Madiun**

Hasil uji t menunjukkan bahwa kenaikan harga sembako memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi kenaikan harga sembako sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H2 didukung atau diterima. Selain itu, nilai beta untuk variabel ini adalah -0,853, yang menunjukkan adanya pengaruh negatif. Artinya, ketika harga sembako naik, perilaku konsumtif Masyarakat Kota Madiun cenderung menurun. Berdasarkan teori permintaan konsumen (*theory of consumer demand*) yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan bahwa permintaan barang dan jasa dipengaruhi oleh harga dan pendapatan konsumen. Ketika harga sembako naik, konsumen cenderung mengurangi konsumsi atau mencari alternatif yang lebih murah. Dalam kasus ini, kenaikan harga sembako secara signifikan mengurangi daya beli konsumen, yang menyebabkan perubahan dalam perilaku konsumsi mereka. Menurut Pusriadi (2018), "Kenaikan harga kebutuhan pokok langsung memengaruhi pola konsumsi masyarakat, terutama bagi mereka yang pendapatannya terbatas" (Pusriadi, 2018). Artinya, kenaikan harga sembako menyebabkan konsumen harus mengatur ulang anggaran belanja mereka untuk memenuhi kebutuhan dasar, sehingga mengurangi pengeluaran untuk barang-barang non-esensial.

Selain itu, pernyataan hasil penelitian bahwa kenaikan harga sembako berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun dapat dikaitkan dengan teori Keputusan yang digunakan peneliti. Teori ini menjelaskan bagaimana individu atau rumah tangga membuat keputusan dalam situasi tertentu (Nugroho, 2020). Dalam penelitian ini, keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli sembako dipengaruhi secara signifikan oleh perubahan harga. Hal ini dapat disebabkan oleh keterbatasan anggaran yang dimiliki oleh masyarakat, sehingga kenaikan harga sembako memaksa mereka untuk menyesuaikan pola pengeluaran dan keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu oleh Dio Caisar Darma, Tommy Pusriadi, Yundi Permadi Hakim (2018) bahwa kenaikan harga kebutuhan pokok seperti sembako secara signifikan memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Darma dan rekan-rekannya menemukan bahwa konsumen cenderung mengurangi konsumsi barang-barang non-esensial untuk menyesuaikan dengan kenaikan harga barang-barang esensial (Darma et al., 2018). Penelitian ini mendukung pernyataan bahwa kenaikan harga sembako berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun.

Namun, penelitian oleh Lestari (2019) menemukan bahwa kenaikan harga sembako tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Lestari berargumen bahwa konsumen memiliki elastisitas permintaan yang rendah terhadap barang-barang kebutuhan pokok, sehingga meskipun harga naik, konsumen tetap akan membeli dalam jumlah yang sama karena barang-barang ini dianggap esensial. Menurut Lestari, "Konsumen cenderung mempertahankan tingkat konsumsi barang-barang esensial meskipun harganya naik karena barang-barang ini adalah kebutuhan dasar yang tidak bisa dihindari" (Lestari, 2019). Temuan ini bertentangan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa kenaikan harga sembako berdampak signifikan pada perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun.

c) **Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Madiun**

Hasil uji t mengindikasikan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi pendapatan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H3 didukung atau diterima. Selain itu, nilai beta untuk variabel ini adalah 0,359, yang menunjukkan adanya pengaruh positif. Artinya, ketika pendapatan naik, perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun cenderung meningkat.

Teori permintaan konsumen (*theory of consumer demand*) yang digunakan oleh peneliti menyatakan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh dua yaitu harga dan pendapatan. Ketika pendapatan konsumen meningkat, masyarakat cenderung memiliki lebih banyak uang untuk dibelanjakan, yang dapat meningkatkan konsumsi mereka. Hal tersebut sesuai dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa kenaikan pendapatan secara signifikan meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat. Menurut Wahyuni (2019), "Pendapatan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan pola konsumsi masyarakat. Semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk kebutuhan maupun keinginan" (Wahyuni, 2019). Artinya, ketika pendapatan meningkat, konsumen cenderung meningkatkan tingkat pengeluaran mereka untuk barang dan jasa, termasuk barang yang mungkin sebelumnya dianggap sebagai barang mewah atau tidak mungkin dibeli.

Selain teori permintaan konsumen (*theory of consumer demand*), teori keputusan (*decision theory*) juga sesuai dengan hasil penelitian bahwa pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Teori Keputusan (*Decision Theory*) menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan dalam situasi tertentu, termasuk keputusan untuk berperilaku



konsumtif. Menurut Sutrisno dan Nurjanah (2021), "Peningkatan pendapatan dapat memengaruhi keputusan individu dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki untuk konsumsi barang dan jasa, termasuk barang-barang mewah atau non-esensial". Dengan kata lain, ketika pendapatan meningkat, individu cenderung mengambil keputusan untuk meningkatkan pengeluaran konsumsi mereka, yang pada akhirnya dapat mendorong perilaku konsumtif.

Teori Keputusan juga menjelaskan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti preferensi, informasi, dan risiko yang dihadapi (Putri, 2019). Ketika pendapatan meningkat, individu merasa lebih mampu untuk mengambil risiko dalam membeli barang-barang mewah atau non-esensial, sehingga meningkatkan perilaku konsumtif.

Penelitian terdahulu oleh Nur Yuliani, Rahmatiah (2020) menyebutkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Yuliani dan Rahmatiah menunjukkan bahwa kenaikan pendapatan individu secara signifikan meningkatkan tingkat konsumsi mereka (Yuliani & Rahmatiah, 2020). Studi ini mendukung hasil penelitian bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun.

Namun, penelitian oleh Santoso (2018) menemukan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara pendapatan dan perilaku konsumtif masyarakat. Santoso berargumen bahwa meskipun pendapatan meningkat, hal itu tidak selalu menghasilkan peningkatan konsumsi karena faktor-faktor lain seperti preferensi, kebiasaan, dan kondisi ekonomi secara keseluruhan juga memengaruhi perilaku konsumtif. Menurut Santoso, "Peningkatan pendapatan tidak selalu berarti peningkatan konsumsi karena individu dapat memilih untuk menabung atau mengalokasikan pendapatan tambahan untuk investasi atau pengeluaran masa depan" (Santoso, 2018). Penelitian oleh Santoso tidak mendukung hasil penelitian ini bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun.

## KESIMPULAN

- a) Kenaikan PPN 11% tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun, Pernyataan tersebut tercermin dari nilai signifikansi variabel kenaikan PPN 11% yang mencapai 0,263 dimana nilai tersebut melampaui ambang signifikansi 0,05 sehingga hipotesis penelitian tidak dapat disetujui atau tidak dapat diterima.
- b) Kenaikan harga sembako berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Pernyataan tersebut tercermin dari nilai signifikansi variabel kenaikan harga sembako yang mencapai 0,000, dimana



nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai beta untuk variabel ini adalah - 0,853 yang menunjukkan adanya pengaruh negatif sehingga hipotesis penelitian dapat disetujui atau diterima.

- c) Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Pernyataan tersebut tercermin dari nilai signifikansi variabel pendapatan yang mencapai 0,000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai beta untuk variabel ini adalah 0,359 yang menunjukkan adanya pengaruh positif sehingga hipotesis penelitian dapat disetujui atau diterima.

## SARAN

- a) Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel baru yang relevan guna memperluas analisis dan memperoleh hasil yang lebih komprehensif seperti pendapatan, preferensi pembelian, informasi, dan risiko yang dihadapi.
- b) Penelitian selanjutnya lebih baik menambah jumlah responden agar data yang diperoleh lebih representatif dan meningkatkan validitas hasil penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Salim, M. A., & Badaruddin. (2020). Pengaruh kepemimpinan transformasional, motivasi kerja, dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 66-73.  
<https://doi.org/10.37673/jmb.v3i1.607>
- Darma, D. C., Pusriadi, T., & Hakim, Y. P. (2018). Pengaruh kenaikan harga sembako terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 150-165.
- Dewi, R. S., Putra, A. H. P. K., & Larasati, D. A. (2017). Pengaruh gaya hidup dan orientasi masa depan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 14(2), 145-155.
- Dewi, S. (2020). Dampak kenaikan PPN terhadap perilaku konsumsi masyarakat perkotaan. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 8(1), 120-130.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hidayatulloh, M. (2021). Pajak pertambahan nilai dan dampaknya terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Pajak Indonesia*, 6(1), 67-78.
- Kemenkeu. (2022). Pajak pertambahan nilai (PPN) sebagai instrumen fiskal. Retrieved from <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/pajak-pertambahan-nilai>
- Kusumadewi, S. (2018). *Sistem pendukung keputusan*. Penerbit Graha Ilmu.
- Lestari, A. (2019). Analisis elastisitas permintaan terhadap barang kebutuhan pokok. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 12(1), 45-60.
- Luce, R. D., & Raiffa, H. (1957). *Games and decisions: Introduction and critical survey*. John Wiley & Sons.
- Mustomi, A., & Puspasari, D. (2020). Perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 101-110.
- Natalia, M. I., & Fajria, A. (2023). Pajak dan peranannya dalam perekonomian negara. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 12(2), 123-137.
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2011). *Microeconomic theory: Basic principles and extensions* (11th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Nugroho, A. (2020). Analisis perilaku konsumen rumah tangga terhadap sembako di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Terapan*, 5(2), 45-60.
- Nur Yuliani, R., & Rahmatiah. (2020). Pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 75-90.
- Pulungan, S. T., & Febriaty, H. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 4(2), 125-134.
- Putri, A. (2019). Analisis perilaku konsumen dalam perspektif teori keputusan. *Jurnal Ekonomi Terapan*, 3(1), 25-35.
- Rahardjo, P. (2018). Respons konsumen terhadap kenaikan pajak. *Jurnal Ekonomi Publik*, 5(2), 90-105.
- Santoso, A. (2018). Hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 10(2), 120-135.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sustiyo, J. (2021). Pengaruh kenaikan PPN terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 200-215.
- Sutrisno, B., & Nurjanah, S. (2021). Dampak kenaikan harga terhadap pola konsumsi masyarakat: Telaah teoritis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 147-161.
- Turban, E., Aronson, J. E., & Liang, T.-P. (2005). *Decision support systems and intelligent systems* (7th ed.). Prentice Hall.
- Wahyuni, S. (2019). Pengaruh pendapatan terhadap pola konsumsi masyarakat. *Jurnal Ekonomi*, 8(3), 210-225.