

# Analisis Pengaruh Pengetahuan, Pemahaman, dan Kesadaran Pajak Pertambahan Nilai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Konsumen terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Pada Penyedia Layanan E-Commerce = Analysis The effect of Knowledge, Understanding, and Awareness Trade Value Added Taxes Consumer Electronic Systems on Trust and Intention to Buy in E-Commerce

Joansyah Adwie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920540179&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Penerapan Pajak Pertambahan Nilai atas Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPN PMSE) akan menimbulkan dampak bagi perekonomian di Indonesia. Penerapan ini dapat menimbulkan kenaikan harga jual barang dan jasa sehingga akan berpengaruh pada minat beli masyarakat. Selain itu, hal ini juga akan berdampak pada kepercayaan konsumen terhadap para pihak penyedia layanan karena mereka dituntut untuk memungut PPN PMSE kepada para konsumen. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran pajak konsumen barang dan jasa yang dikenakan PPN PMSE serta pengaruhnya terhadap minat beli dan kepercayaan konsumen. Metode penelitian yang digunakan berupa kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling. Sampel yang digunakan sebanyak 280 responden dengan survei menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pajak dan kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan minat beli konsumen. Kemudian pemahaman pajak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Lalu pemahaman pajak tidak berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil ini juga diakibatkan dari adanya variabel kontrol yaitu loyalitas, persepsi risiko, dan dukungan pemerintah

.....The application of the Value Added Tax on Trade Through the Electronic System (PPN PMSE) will have an impact on the economy in Indonesia. This application can lead to an increase in the selling price of goods and services so that it will affect people's buying interest. In addition, this will also have an impact on consumer confidence in service providers because they are required to collect PMSE VAT from consumers. Therefore, this study aims to analyze the level of knowledge, understanding, and awareness of consumer taxes on goods and services subject to PMSE VAT and their effect on buying interest and consumer confidence. The research method used is descriptive quantitative with purposive sampling technique. The sample used was 280 respondents with a survey using a questionnaire. The results of the study indicate that tax knowledge and tax awareness have a positive and significant effect on consumer confidence and buying interest. Then the understanding of tax has a negative and significant effect on consumer confidence. Then the understanding of taxes has no effect on consumer confidence. And consumer trust has a positive and significant effect on consumer buying interest. This result is also caused by the existence of control variables, namely loyalty, risk perception, and government support.