

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PENGETAHUAN PAJAK
PERTAMBAHAN NILAI TERHADAP PENERIMAAN PAJAK
PERTAMBAHAN NILAI (Studi Kasus : Pembelian *Merchandise* GMMTV)**

Penulis:

Vera Fernanda Kharisma

Pembimbing:

Dita Rari Dwi Rinining Tyastuty, S.Pd., M.Si.

ABSTRAK

Maraknya penyedia layanan jasa titip (jastip) merupakan salah satu polemik di dunia perpajakan. Para konsumen seringkali memilih layanan jasa titip yang menurut mereka lebih efisien. Namun pada faktanya pelaku usaha layanan jasa titip ini masih seringkali belum taat secara pajak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Keputusan Pembelian dan Pengetahuan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap Penerimaan PPN, dengan studi kasus pada pembelian *merchandise* GMMTV. Fenomena tingginya konsumsi produk kreatif luar negeri melalui berbagai saluran distribusi seperti Jasa Titip (Jastip) dan *E-commerce* menjadi latar belakang pentingnya penelitian ini dalam melihat potensi penerimaan pajak negara .

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus deskriptif dan verifikatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen *merchandise* GMMTV melalui *Google Form*. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda melalui *software* SPSS Versi 27. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerimaan PPN dengan koefisien regresi sebesar 0,404, sementara Pengetahuan PPN juga berpengaruh positif terhadap Penerimaan PPN dengan koefisien sebesar 0,161. Secara simultan, kedua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini implikasi dari penelitian ini diharapkan pemerintah untuk meningkatkan pengawasan pajak khususnya pada pajak pertambahan nilai pada saluran pembelian informal seperti Jastip yang mendominasi perilaku belanja konsumen dalam studi ini,

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Pengetahuan Pajak, PPN, Penerimaan Pajak, *Merchandise* GMMTV.

***ANALYSIS OF PURCHASE DECISIONS AND VALUE ADDED TAX
KNOWLEDGE ON VALUE ADDED TAX REVENUE (Case Study: GMMTV
Merchandise Purchase)***

Written by:

Vera Fernanda Kharisma

Under Guidance Of:

Dita Rari Dwi Rinining Tyastuty, S.Pd., M.Si.

ABSTRACT

The rise of personal shopping (jastip) service providers is a polemic in the world of taxation. Consumers often choose personal shopping services that they perceive as more efficient. However, in reality, these personal shopping service providers are still often not tax compliant. This study aims to analyze the influence of Purchasing Decisions and Value Added Tax (VAT) Knowledge on VAT Revenue, with a case study of GMMTV merchandise purchases. The phenomenon of high consumption of foreign creative products through various distribution channels such as Personal Shopping (Jastip) and E-commerce is the background to the importance of this research in seeing the potential for state tax revenue.

The research method used is a descriptive and verification case study. Data were obtained by distributing questionnaires to 100 respondents who are consumers of GMMTV merchandise via Google Form. The data analysis technique used multiple linear regression through SPSS Version 27 software. The results of the study partially show that Purchasing Decisions have a positive and significant effect on VAT Revenue with a regression coefficient of 0.404, while VAT Knowledge also has a positive effect on VAT Revenue with a coefficient of 0.161. Simultaneously, both independent variables influence the dependent variable. This finding indicates that purchasing decision activity is the most dominant factor in driving VAT revenue. The results of this study have implications for the government to improve tax supervision, especially on value-added tax in informal purchasing channels such as Jastip which dominate consumer shopping behavior in this study.

Keywords: Purchase Decision, Tax Knowledge, VAT, Tax Revenue, GMMTV Merchandise.