

**PENGARUH INSENTIF PKB, INSENTIF PPN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR LISTRIK**



SKRIPSI

Karya Tulis Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
Program Studi Akuntansi

Disusun Oleh :

DITA ADITIA YUDAWATI

11221467

UNIVERSITAS BPD SEMARANG

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH INSENTIF PKB, INSENTIF PPN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR LISTRIK

Disusun Oleh ;

Dita Aditia Yudawati

11221467

Telah disetujui dan disahkan pada : 30 Januari 2026

Khairina Nur Izzaty, SE, M.Si, Akt

NIDN: 0627039001

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH INSENTIF PKB, INSENTIF PPN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR LISTRIK

Disusun Oleh:

Nama : Dita Aditia Yudawati

NIM : 11221467

Dinyatakan diterima dan disetujui oleh tim Penguji Skripsi Universitas BPD pada tanggal.....Februari 2026

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Khairina Nur Izzaty, SE, M.Si, Akt
NIDN:0627039001

.....

2. Dr. Widhy Setyowati, MM., Ak., CA
NIDN:0603036102

.....

3. Taufik Andre Setiyono, S.E., M.Ak
NIDN: 0602059101

.....

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas BPD

Prof. Dr. Taofik Hidajat, S.E., M.Si. CSA
NIDN. 0610057201

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Saya:

Nama : Dita Aditia Yudawati

NIM : 11221467

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

PENGARUH INSENTIF PKB, INSENTIF PPN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR LISTRIK

Telah saya susun sebenar-benarnya dengan memperhatikan kaidah akademik dan menjunjung tinggi hak atas karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi maupun unsur kecurangan lainnya pada skripsi yang saya telah saya buat, maka saya siap untuk mempertanggungjawabkan dan saya siap menerima konsekuensi yang ditimbulkan termasuk gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab.

Semarang, 18 Februari 2026

Dita Aditia Yudawati

PENGARUH INSENTIF PKB, INSENTIF PPN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR LISTRIK

Dita Aditia Yudawati

11221467

Program Studi Akuntansi Universitas BPD

Ditaaditiayudawati98@gmail.com

ABSTRAK

Pajak merupakan sumber utama pendapatan negara dalam pembiayaan pemerintah dan pembangunan. Untuk meningkatkan target penerimaan pajak salah satunya diperoleh dari tingkat konsumsi masyarakat, salah satu pajak yang berpengaruh dan memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara adalah pajak kendaraan bermotor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh insentif Pajak Kendaraan Bermotor, insentif Pajak Pertambahan Nilai, dan persepsi harga terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang memenuhi kriteria, yaitu memiliki kendaraan bermotor listrik, berusia minimal 17 tahun dan berdomisili di Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan dibantu perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian ini secara parsial Insentif Pajak Kendaraan Bermotor dan Insentif Pajak Pertambahan Nilai berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik, sedangkan Persepsi Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik. Secara simultan Insentif Pajak Kendaraan Bermotor, Insentif Pajak Pertambahan Nilai, dan Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik.

Kata Kunci: *Insentif Pajak Kendaraan bermotor, Insentif Pajak Pertambahan Nilai, Persepsi Harga, Daya Beli Konsumen, Kendaraan Bermotor Listrik*

ABSTRACT

Taxes are the primary source of state revenue for government financing and development. One way to increase tax revenue targets is through public consumption. One tax that influences and contributes to state revenue is the motor vehicle tax. This study aims to determine the effect of Motor Vehicle Tax incentives, Value Added Tax incentives, and price perceptions on the purchasing power of electric motor vehicle consumers in Semarang City. This study used a quantitative approach with primary data obtained through questionnaires distributed to 100 respondents who met the criteria: owning an electric motor vehicle, being at least 17 years old, and residing in Semarang City. The sampling technique used purposive sampling. The data analysis method used was multiple regression analysis with the assistance of SPSS software. The results of this study partially show that Motor Vehicle Tax Incentives and Value Added Tax Incentives have a significant effect on the purchasing power of electric motor vehicle consumers, while Price Perception has no significant effect on electric motor vehicle consumers. Simultaneously, Motor Vehicle Tax Incentives, Value Added Tax Incentives, and Price Perception have a significant effect on the purchasing power of electric motor vehicle consumers.

Keywords: *Motor Vehicle Tax Incentives, Value Added Tax Incentives, Price Perception, Consumer Purchasing Power, Electric Motor Vehicles*

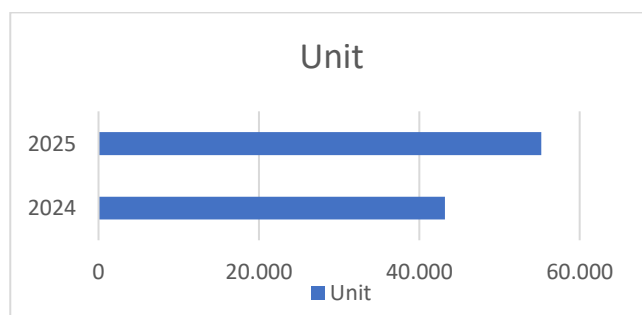
1. Pendahuluan

Pajak merupakan sumber utama pendapatan negara dalam pembiayaan pemerintah dan pembangunan. Ada beberapa sektor untuk dapat menambah pendapatan negara, namun salah satu yang menjadi sumber pendapatan terbesar adalah penerimaan dari sektor pajak, sehingga jumlah penerimaan pajak yang sudah ditargetkan perlu dioptimalkan (Latofah & Harjo, 2020). Untuk menaikkan target penerimaan pajak salah satunya diperoleh dari tingkat konsumsi masyarakat, dimana tingkat konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh daya beli konsumen. Salah satu pajak yang berpengaruh dan memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara adalah pajak kendaraan bermotor (Hasibullah et al., 2020).

Daya beli sangat bergantung pada resiko yang dapat dirasakan oleh konsumen, semakin tinggi rendahnya besaran pajak terhadap barang maka dapat menentukan daya beli konsumen. Maka perlu adanya pengelolaan jangka panjang sebelum melakukan pembelian harus dapat dirancang dengan baik, disamping itu juga perusahaan yang memperdagangkan barang harus menyusun strategi marketing agar dapat menjaga kestabilan daya beli konsumen (Burhan et al., 2022). Rizani et al., (2023) juga menekankan bahwa daya beli dipengaruhi oleh tingkat pendapatan riil dan tingkat harga umum (inflasi). Di Indonesia, teknologi kendaraan listrik yang baru hadir dipasar membuka peluang baru dengan potensi besar. Diperkirakan popularitas kendaraan listrik akan terus meningkat dan diperkirakan akan menjadi kendaraan utama transportasi dimasa depan (Attahariq et al., 2024).

Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia GAIKINDO, total penjualan mobil listrik murni selama 9 bulan pertama 2025 (Januari-September) mencapai 55.225 unit. Angka tersebut jauh melampaui capaian disepanjang 2024 yang sebanyak 43.188 unit (Rajendra, 2025). Salah satunya di kota Semarang penjualan mobil listrik juga meningkat dengan didukung adanya ajang pameran otomotif bergengsi Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS) 2025 pada bulan September ini. Branch Manager Chery Inti Semarang, Daniel Ari mengatakan perkembangan penjualan mobil listrik atau electronic vehicle (EV) di Jawa Tengah cukup bagus. Hal ini didukung dengan adanya ekosistem pengisian daya yang mulai berjemur di berbagai tempat (Ikp, 2025). Dengan adanya ajang ini salah satu pengunjung GIIAS 2025 di Semarang yaitu Hamzah Saifullah yang juga penasihat Komunitas Muslim Bikers Indonesia Kota Semarang mengapresiasi ajang tersebut sebab dengan diadakan pameran para peminat otomotif akan mulai meningkat dan dapat memajukan ekonomi masyarakat dan perkembangan dunia otomotif (Ikp, 2025).

Gambar 1



<https://otomotif.bisnis.com>

Dari hasil data pada gambar 1 dapat dijelaskan bahwa terjadi peningkatan penjualan kendaraan bermotor listrik dari tahun 2024 sampai September 2025. Lonjakan tersebut dipicu oleh semakin banyaknya merek dan model kendaraan listrik baru yang hadir dipasar (Rajendra, 2025).

Untuk mendukung penjualan kendaraan bermotor pemerintah mengeluarkan kebijakan Peraturan Pemerintah No.73 Tahun 2019 yang mengklasifikasikan mobil listrik menjadi tiga jenis, kebijakan ini mempengaruhi pajak kendaraan bermotor dengan mobil listrik mendapatkan insentif 0% pada tahap I dan II, mobil listrik Plug-in Hybrid Electric Vehicle mendapatkan insentif sebesar 5% pada tahap I, dan mobil listrik model hybrid mendapatkan insentif sebesar 8%. Insentif pajak merupakan kebijakan yang diberikan pemerintah kepada wajib pajak guna untuk meringankan beban pajak kebijakan ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan aktivitas ekonomi di masyarakat.

Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) merupakan pajak tahunan yang dikenakan ke pemilik kendaraan tersebut dan salah satu pajak yang memberikan kontribusi pada pendapatan suatu negara khususnya pada daerah provinsi. Dimana PKB ini dikenakan karena kepemilikan kendaraan bermotor yang dipungut oleh masing-masing Pemerintah Daerah Tingkat I. PKB mempunyai tingkat yang cukup besar terhadap penerimaan suatu daerah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran yang bersifat rutin (Hasibullah et al., 2020). Pajak kendaraan bermotor (PKB) diatur dalam pasal 5 undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 mengatur dasar pengenaan PKB. Dasar pengenaan PKB adalah hasil perkalian antara Nilai Jual Kendaraan Bermotor (NJKB) dan bobot yang mencerminkan tingkat kerusakan jalan dan pencemaran lingkungan. Pengenaan pajak tersebut tentunya akan mempengaruhi harga jual kendaraan bermotor (Fitriya, 2025b).

Pajak yang berpengaruh terhadap pendapatan suatu negara adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN), naiknya harga disebabkan karena adanya unsur PPN, jika harga sudah naik maka sangat berkaitan dengan daya beli konsumen, meskipun pemerintah mengatakan bahwa pengenaan PPN tidak begitu berdampak pada tingkat daya beli, tetapi setiap pengenaan PPN hanya dibebankan kepada konsumen bukan kepada pelaku industri (Hasibullah et al., 2020). Masyarakat yang kurang memahami kebijakan PPN cenderung enggan membeli kendaraan bermotor karena kekhawatiran terhadap tarif PPN yang harus dibayarkan nantinya, sehingga akan menyebabkan turunnya daya beli masyarakat pada kendaraan bermotor (Benedick et al., 2024).

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam pembelian kendaraan bermotor adalah persepsi harga. Harga adalah variabel yang mempengaruhi banyak aspek dan tentunya harga merupakan salah satu variabel yang menentukan daya beli seseorang terhadap suatu produk (Benedick et al., 2024).

Beberapa penelitian sebelumnya daya beli konsumen kendaraan bermotor dipengaruhi oleh beberapa factor, diantaranya Pajak pertambahan Nilai. (Hasibullah et al., 2020) mengungkapkan PPN tidak berpengaruh terhadap daya beli konsumen pada roda empat (tidak signifikan). Hasil yang berbeda diungkapkan Santoso & Ratnawati, (2023) mengungkapkan bahwa Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan pajak kendaraan progresif (PKB) mempengaruhi daya beli konsumen namun berbeda lagi penelitian menurut Pratiwi & Selfiani, (2024) mengungkapkan bahwa PPN berpengaruh secara positif terhadap daya beli kendaraan (signifikan). Menurut Benedick et al., (2024), Attahariq et al., (2024) mengatakan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik.

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti ini penting untuk dilakukan kembali, hal ini karena hasil penelitian sebelumnya tentang hubungan antara insentif PKB, PPN, dan harga terhadap daya beli masyarakat menunjukkan hasil yang tidak konsisten.

Rumusan masalah penelitian ini ialah (1.) Apakah insentif PKB berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik?, (2.) Apakah insentif PPN berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik?, (3.) Apakah harga berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik?. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui dan menguji pengaruh insentif PKB, PPN, dan harga terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan praktis dan kegunaan teoritis bagi pihak terkait, kegunaan teoritis diharapkan mampu memberi tambahan referensi dan tambahan pengetahuan mengenai teori asas daya beli dan teori prestise. Kegunaan praktis untuk masyarakat diharapkan menambah informasi serta masukan mengenai tujuan tentang insentif PKB, PPN, harga pada kendaraan bermotor listrik kegunaan praktis bagi pengambil kebijakan diharapkan dapat memberikan pemikiran mengenai dampak PPN, dan PKB tarif progresif pada daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik.

2. Kajian Pustaka

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Asas Daya Beli

Teori asas daya beli (Purchasing Power Parity) yang dikemukakan oleh Gustav Cassel pada tahun 1918. Teori ini menyatakan bahwa nilai mata uang suatu negara ditentukan oleh tingkat daya beli terhadap barang atau jasa, daya beli masyarakat dipengaruhi oleh tingkat harga barang (Balassa, 2016). Teori ini sangat erat kaitannya dengan kemampuan masyarakat saat melakukan transaksi jual beli. Masyarakat yang banyak kebutuhan yang berbeda beda tentu saja membutuhkan berbagai barang untuk dapat memenuhi kebutuhannya (Elmizan et al., 2022).

Teori asas daya beli merupakan teori yang menekankan bahwa pembayaran pajak yang dibayarkan kepada negara bertujuan untuk memelihara masyarakat pada negara yang bersangkutan. Selain itu, teori asas daya beli berhubungan dengan kemampuan masyarakat dalam bertransaksi dengan pihak lain. Barang yang dibeli masyarakat beraneka ragam, mulai dari yang paling sederhana sampai yang paling mewah. Pajak yang berhubungan dengan transaksi ini adalah pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah (Hasibullah et al., 2020).

2.1.2 Teori Atribusi

Fritz Heider salah satu psikolog yang mengemukakan teori atribusi yang menjelaskan bagaimana orang menyimpulkan penyebab tingkah laku yang dilakukan diri sendiri maupun orang lain atau proses yang terjadi dalam diri seseorang sehingga dapat memahami tingkah orang lain (Heider, 1958).

Teori atribusi dengan model heider merupakan perilaku seseorang yang kemudian dapat disimpulkan yang disebabkan oleh kekuatan internal dan kekuatan eksternal. Faktor internal dari individu (sifat, karakter sikap) faktor eksternal (situasi, lingkungan). Atribusi mengasumsikan bahwa seseorang berusaha untuk memahami perilaku orang lain yang kemudian menarik kesimpulan apa yang mendasari perilaku tersebut. (Dr. Samsuar, 2019).

2.1.3 Daya Beli Konsumen

Daya beli konsumen merupakan kemampuan konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah barang tertentu di suatu pasar, pada tingkat harga, pendapatan, dan periode waktu yang ditentukan (Putong, 2003). Kemampuan dalam membeli banyak barang sesuai permintaan dengan nilai harga dan pendapatan tertentu Faizah & Ajimat, (2022). Maka dari pengertian dari para ahli dapat disimpulkan bahwa daya beli adalah kemampuan konsumen untuk membeli barang di suatu pasar dengan harga dan pendapatan dalam periode tertentu.

Daya beli juga erat kaitannya dengan barang dan jasa, ketika harga barang atau jasa relatif rendah maka daya beli barang juga akan meningkat, sebaliknya jika harga barang atau jasa naik maka daya beli menurun (Hardiyanti, 2023). Seorang konsumen tidak

dengan sendirinya memiliki dalam keputusan pembelian barang atau jasa, konsumen akan terlebih dahulu mencari informasi dari orang terdekat atau orang yang benar-benar dipercaya untuk membantunya dalam pengambilan keputusan (Setiawan Wibowo et al., 2022).

2.1.4 Insentif Pajak Kendaraan Bermotor (PKB)

Pajak kendaraan bermotor listrik merupakan pajak yang dikenakan terhadap penjualan ataupun kepemilikan kendaraan bermotor bertenaga listrik. Mobil listrik dikenakan PKB dengan tarif yang sangat kecil, bahkan hanya sekiranya 0,2% dari NJBKB (Nilai Jual Kendaraan Bermotor)(Fitriya, 2025a). pembayaran PKB ini dilakukan setiap tahun, dan setiap tahunnya akan diterbitkan STNK yang baru sebagai tanda bahwa telah melakukan pembayaran pajak kendaraan bermotor pada tahun tersebut (Benedick et al., 2024).

Pajak kendaraan bermotor dikenakan masa pajak 12 bulan berturut-turut terhitung mulai saat pendaftaran kendaraan bermotor (Azhar et al., 2024). Subjek dari PKB ialah individu atau seseorang yang memiliki kendali atas kendaraan bermotor yang setiap kendaraan bermotor dilengkapi dengan Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) yang mencantumkan informasi seperti nomor polisi, merek, tipe, jenis, model, tahun pembuatan, kapasitas mesin, warna nomor rangka, nomor mesin, bahan bakar, jumlah sumbu dan jumlah roda kendaraan.

2.1.5 Insentif Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak yang dibayarkan oleh pembeli atas transaksi jual beli barang atau jasa kena pajak, saat ini tarif PPN yang berlaku adalah 11%, sesuai dengan kebijakan yang berlaku sejak April 2022, akan tetapi mulai Januari 2025 tarif PPN menjadi 12% tetapi hanya diterapkan pada barang dan jasa mewah (Fitriya, 2025b). Disamping itu pemerintah menghadirkan kebijakan berupa pemberian insentif pajak atas transaksi mobil listrik dalam bentuk pajak pertambahan nilai ditanggung pemerintah (PPN DTP). Mobil listrik mendapat PPN DTP sebesar 10% dengan Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) minimal 40 % (Susetyo, 2025).

Sifat PPN merupakan pajak konsumsi dalam negeri, pajak konsumsi ini bisa menjadi tolak ukur daya beli masyarakat. (Azhar et al., 2024). UU RI No 42 Tahun 2009 pasal 5 ayat (3) menjelaskan bahwa tatacara pengurangan Pajak Pertambahan Nilai diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) untuk mendorong kebijakan pemerintah dalam melakukan percepatan peralihan penggunaan energi fosil ke energi listrik berbasis baterai.

2.1.6 Persepsi Harga

Persepsi harga merupakan bagaimana konsumen memandang harga apakah rendah atau tinggi yang memiliki pengaruh kuat terhadap pembelian konsumen dan kepuasan pembelian (Fauziah et al., 2023). Harga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dimana pelanggan akan merasa puas ketika harga yang ada sesuai dengan yang Ayu Bunga Pertiwi & Sumantyo, (2022). Harga dapat menentukan harga barang yang sesuai jika harga barang terlalu tinggi maka daya beli akan semakin sedikit, sebaliknya jika harga menurun atau murah dapat menarik daya beli konsumen (Kharisma & Wahyuati, 2019).

Ada beberapa indikator yang mencirikan harga menurut Kotler, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan. Harga yang sesuai dengan kualitas produknya maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan karena tidak semua konsumen tidak selalu terpaku pada harga yang rendah, harga yang kompetitif mampu menambah nilai plus bagi konsumen untuk memberikan keuntungan bagi perusahaan demi

membangun citra jangka panjang suatu produk (Miranda E.M. Mendur, Hendra N. Tawas, 2021)

2.2 Penelitian Terdahulu

Riset ini tidak hanya menggunakan teori-teori dari berbagai sumber akan tetapi penelitian ini juga menyertakan penelitian-penelitian terdahulu sebagai bahan referensi dan acuan sebagai dasar observasi mengenai pengaruh apa saja yang berpengaruh pada daya beli konsumen kendaraan bermotor roda 4. Research gap pada penelitian ini yaitu mengembangkan penelitian terdahulu dari Hasibullah et al., (2020) dalam penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh PPN dan PKB terhadap daya beli konsumen. Populasi pada penelitian Hasibullah et al., (2020) adalah konsumen kendaraan bermotor roda empat di kantor Badan Pendapatan Daerah Sulawesi Selatan dengan pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan sample slovin, dengan teknik analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menyatakan pengenaan PPN tidak berpengaruh terhadap daya beli konsumen, serta PKB tarif progresif berpengaruh positif pada daya beli konsumen kendaraan bermotor 4. Ada beberapa penelitian yang berbeda dalam hal pengaruh PKB PPN, dan harga terhadap daya beli konsumen seperti yang dijelaskan sebagai berikut.

Santoso & Ratnawati, (2023) dalam penelitiannya yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengenaan PPN, PPnBM dan pajak progresif terhadap daya beli konsumen yang menggunakan populasi di kantor SAMSAT III Semarang tahun 2022 dengan data primer dari kuesioner dan sampel slovin yang digunakan untuk pengumpulan data dan menggunakan analisis linier berganda dengan hasil penelitiannya yaitu PPN berdampak positif yang besar, dan PKB berdampak terhadap daya beli.

Benedick et al., (2024) dengan judul Pengaruh PKB, PPN, iklan dan harga terhadap minat beli kendaraan bermotor listrik dengan metode yang digunakan yaitu kuantitatif dan sampel yang digunakan berjumlah 100 sampel menunjukkan hasil penelitian bahwa PPN < PKB, berpengaruh terhadap daya beli kendaraan bermotor listrik, sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap daya beli kendaraan bermotor listrik.

Attahariq et al., (2024) membahas mengenai pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian kendaraan, penelitian ini menggunakan survey kuantitatif dan analisis regresi berganda. Data diperoleh melalui googleform kemudian diolah menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga memberikan pengaruh positif signifikan terhadap pembelian kendaraan bermotor listrik.

Azhar et al., (2024) mengenai pengaruh PPN, PPnBM, PKB serta pendapatan terhadap minat beli kendaraan listrik di Indonesia. Metode yang digunakan yaitu deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan sampel dalam penelitian ini 100 orang dari berbagai daerah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PPN, PPnBM, dan PKB berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli kendaraan bermotor listrik.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Insentif PKB Terhadap Daya Beli Konsumen

Pajak Kendaraan Bermotor merupakan pajak yang dikenakan atas kepemilikan dan atau penguasaan kendaraan bermotor yang pemungutannya dilakukan oleh pemerintah daerah provinsi. Untuk mendukung penjualan bermotor pemerintah mengeluarkan kebijakan PMK No.8 Tahun 2024 tentang pemberian insentif pajak mobil listrik untuk tahun 2025. Pengenaan PKB dengan tarif yang sangat kecil bahkan hanya sekitar 0,2%. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan Azhar et al., (2024) menjelaskan bahwa PKB berpengaruh positif terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Benedick et al., (2024) yang mengungkapkan bahwa PKB

berpengaruh positif sangat besar terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. Selain itu, Pratiwi & Selfiani, (2024) mengungkapkan bahwa PKB berpengaruh secara positif terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. Hal ini dikarenakan semakin kesini industri otomotif tengah berkembang pesat dari tahun ketahun dengan mengeluarkan jenis mobil yang semakin canggih dan memberikan kenyamanan serta meningkatkan fitur yang lebih canggih. Hal ini menunjukkan bahwa jika semakin kecil tarif pajak kendaraan bermotor maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor, terutama untuk kendaraan ramah lingkungan seperti mobil listrik. Hal ini konsisten dengan teori atribusi dinyatakan bahwa perilaku seseorang atau individu dipengaruhi oleh faktor eksternal.

H1: insentif PKB berpengaruh positif terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik.

2.3.2 Pengaruh Insentif PPN Terhadap Daya Beli Konsumen

Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak yang dibayarkan oleh pembeli atas transaksi jual beli barang kena pajak. PPN sangat berpengaruh untuk mendukung kebijakan ekonomi, sosial, dan kesetabilan keuangan negara. Tarif PPN yang berlaku sebesar 11% sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan, akan tetapi mulai Januari 2025 tarif PPN naik menjadi 12% tetapi hanya berlaku atas pengenaan barang mewah. Sejak diberlakukannya insentif PPN mobil listrik ditanggung pemerintah sebesar 10% dengan TKDN minimal 40%, masa berlaku untuk pemberian pajak insentif ini sampai dengan akhir 2025 ini daya beli masyarakat meningkat. Tujuan adanya pemberian insentif pajak ini untuk menurunkan harga mobil listrik di Indonesia menggantikan PPN standar sebesar 12% menjadi 2% bagi konsumen. Benedick et al., (2024), Azhar et al., (2024) dan Santoso & Ratnawati, (2023) mengatakan bahwa PPN berpengaruh positif terhadap daya beli konsumen. Sebab pajak akan secara langsung dibebankan dalam setiap pembelian yang dilakukan konsumen. Sesuai PMK RI Nomor 38 Tahun 2023 menyatakan bahwa tarif PPN mulai April sampai Desember untuk kendaraan bermotor roda empat baterai listrik dikenakan tarif 10%, artinya PPN yang akan diterima oleh konsumen hanya sebesar 1% dari harga jualnya. Tentu hal ini menguntungkan bagi konsumen. Hal ini didukung dengan adanya teori atribusi dimana perilaku seseorang atau individu dapat dipengaruhi oleh kekuatan eksternal.

H2: insentif PPN berpengaruh positif terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor listrik.

2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Daya Beli Konsumen

Harga sangat berpengaruh besar terhadap daya beli konsumen, khususnya bagi konsumen yang sensitif terhadap harga tentu saja mereka akan mempertimbangkan matang-matang sebelum mengambil keputusan untuk membelinya. Harga memainkan peran yang sangat penting terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor, ketika konsumen percaya bahwa kendaraan listrik cenderung lebih murah dari segi perawatan dan pengenaan tarif pajak maka konsumen akan lebih termotivasi untuk membeli kendaraan listrik daripada kendaraan konvensional. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Attahariq et al., (2024) mengatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap daya beli kendaraan listrik. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Heru Noor Rokhmawati, Heru Kuncorowati, (2022) dan Miranda E.M. Mendur, Hendra N. Tawas, (2021) mengatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap daya beli kendaraan listrik. Hal ini sejalan dengan teori dasar daya beli yaitu berhubungan dengan kemampuan masyarakat dalam bertransaksi dengan

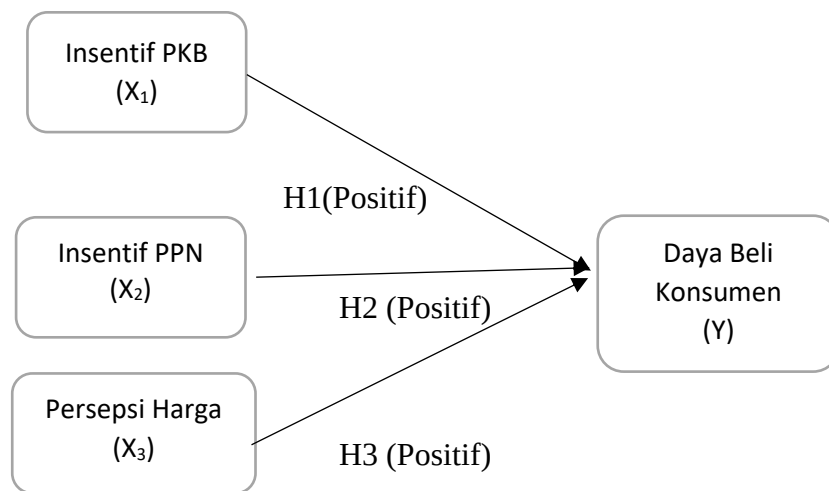
pihak lain. Barang yang dibeli masyarakat beraneka ragam, mulai dari yang paling sederhana sampai yang paling mewah.

H3: persepsi harga berpengaruh positif terhadap daya beli konsumen kenaraan bermotor listrik.

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis

Model kerangka teoritis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 2
Kerangka Konseptual



Keterangan :

X₁, X₂, X₃ : variabel independent

Y : variabel dependen

—————→ : pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen

3. Metodologi Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini tergolong penelitian jenis kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme, digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020). Alat penguji pada penelitian ini menggunakan SPSS.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Populasi pada penelitian ini mencakup semua pembelian kendaraan listrik baik motor maupun mobil, di Kota Semarang.

Menurut (Sugiyono, 2020) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel pada penelitian ini adalah metode purposive sampling. Populasi pada penelitian ini belum diketahui jumlah populasinya untuk itu, penentuan total sampel akan ditentukan penghitungan dengan menggunakan rumus Cochran sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Ket:

n= Total Sampel

e= Tingkat kesalahan sampel 10% = 0,1

z= Nilai standar normal simpangan 5% bernilai 1,96

q= 1 – p

p= Peluang benar 50% = 0,5

Jumlah yang diambil dalam penelitian ini

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan ke } 100$$

Dari rumus tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel sejumlah 96,04 yang kemudian di bulatkan menjadi 100 jiwa. Penelitian ini menerapkan metode pengambilan sampel non-probabilitas melalui pendekatan sampling dimana pengambilan sampel tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih untuk sampel (Sugiyono, 2020). Pengambilan sampel melalui beberapa pertimbangan yakni sebagai berikut:

1. Pembelian kendaraan listrik
2. Pembeli berusia minimal 17 tahun
3. Berdomisili di Kota Semarang

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dianalisis dalam penelitian ini yakni data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya. Salah satu jenis pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan beberapa pertanyaan kepada responden. Jenis data yang diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner kepada konsumen kendaraan bermotor.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode angket atau kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang wajib untuk dijawab.

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.5.1 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah:

1. Daya beli

Daya beli merupakan kemampuan seseorang dalam membeli barang sesuai yang diinginkan atau dibutuhkan. Tentu saja setiap orang mempunyai keinginan dan daya beli yang berbeda satu sama lain. Dengan asumsi bahwa daya beli konsumen daya beli kendaraan bermotor terhadap Insentif PKB, Insentif PPN, dan Persepsi harga maka setiap responden diajukan dengan 2 pertanyaan yang wajib dijawab dengan pertanyaan yang disusun menggunakan skala likert 5 poin antara 1 (sangat rendah) dan 5 (sangat tinggi). Terdapat beberapa indikator mengenai daya beli menurut (Santoso & Ratnawati, 2023) dan (Hasibullah et al., 2020):

1. Kemantapan dan kemampuan terhadap produknya
2. Rekomendasi dari orang lain
3. Sesuai dengan keinginan dan kebutuhan

3.5.2 Variabel Independen

Variabel indeoenden atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2020). Ada tiga variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Insentif Pajak Kendaraan Bermotor

Pajak Kendaraan Bermotor merupakan pengenaan pajak yang dibebankan kepada pemilik kendaraan dan juga merupakan salah satu pajak daerah. Tarif pemungutan Pajak Kendraan Bermotor berdasarkan dengan jumlah kendaraan yang dimiliki sebagai pengenaan pajak. Diukur menggunakan skala likert 5 poin antara 1 (sangat rendah) dan 5 (sangat tinggi) dengan indikator menurut penelitian (Hasibullah et al., 2020):

1. Pengaruh PKB terhadap pembelian kendaraan listrik
2. Persepsi efesiensi biaya kepemilikan
3. Daya tarik keijakan PKB

2. Insentif Pajak Pertambahan Nilai

Pajak Pertambahan Nilai merupakan pajak yang dibayarkan oleh pembeli pada saat transaksi jual beli Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak didaerah pabean. Diukur menggunakan skala likert dan terdapat 3 indikator menurut Azhar et al., (2024) sebagai berikut:

1. Manfaat PPN DTP
2. Persepsi terhadap besarnya PPNDTP
3. Pengaruh PPN terhadap pembelian produk

3. Persepsi Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk atau jasa sebagai imbalan atas kepuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Diukur menggunakan skala likert dan mengusulkan agar persepsi harga dapat dinilai melalui indikator menurut Attahariq et al., (2024) sebagai berikut:

1. Kesesuaian harga dengan manfaat harga
2. Harga sesuai dengan kualitas produk
3. Perbandingan harga dengan kendaraan konvensional

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul, yang penyajian datanya melalui tabel, grafik, perhitungan modus, mean, median serta perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi perhitungan presentase (Sugiyono, 2020).

1. Uji Validitas Data

Digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner. Validitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu instrument betul-betul mengukur apa yang perlu diukur, uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi antara skor item dan skor total (Ely Mulyati, S.T. et al., 2024). Uji signifikansi dilakukan dengan cara r hitung dibandingkan dengan r tabel, suatu data dinyatakan valid apabila:

- Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel dan nilainya positif maka dinyatakan valid
- Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur tingkat keandalan, keakuratan, ketelitian, dan konsistensi dari indikator yang ada dalam kuesioner (Ely Mulyati, S.T. et al., 2024). Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas yakni sebagai berikut;

- Jika koefisien nilai reabilitas $> 0,60$ maka instrumen adalah reliabel atau terpercaya
- Jika nilai koefisien $< 0,60$ maka instrument yang diuji tersebut tidak reliabel.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas atau kolinearitas ganda adalah adanya hubungan linear antara peubah X dalam model regresi ganda. Jika hubungan linear antar peubah-peubah tersebut berkolinieritas ganda sempurna. Penyebab utama multikolinieritas adalah adanya hubungan yang sangat erat antara variabel independent yang digunakan dalam model. Untuk mendeteksi multikolinieritas, analisis regresi dapat dilakukan dengan mengamati beberapa indikator salah satu yang paling umum yakni pada nilai VIF. Jika nilai VIF < 10 maka dinyatakan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinieritas (Ely Mulyati, S.T. et al., 2024)

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal memungkinkan menggunakan uji parametrik yang lebih kuat secara statistic, sementara data yang tidak berdistribusi normal memerlukan alternative non-parametrik.

Dalam SPSS uji normalitas dapat dilakukan melalui beberapa metode yaitu, Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk Test. Kolmogorov-Smirnov cocok digunakan untuk data yang berskala besar sedangkan Shapiro-Wilk Test lebih direkomendasikan untuk ukuran sampel yang kecil (Ely Mulyati, S.T. et al., 2024).

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residu untuk semua pengamatan pada model regresi. Terjadi gejala heteroskedastisitas yaitu apabila nilai Sig. $< 0,05$ maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas sebaliknya, jika nilai Sig. $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Azhar et al., 2024).

3.6.3 Uji Hipotesis Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan metode ketergantungan yang melihat hubungan antara satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independent. Model regresi berganda menjelaskan bahwa sejauh mana setiap variabel independent memiliki hubungan linier dengan variabel dependen yang bertujuan untuk membantu memahami faktor mana

yang mungkin memengaruhi hasil tertentu (Dr. Joni Wilson Sitopu, M.Pd. Dr. Ir. Yongker Baali et al., 2023).

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	: daya beli konsumen
a	: konstanta
b ₁	: koefisiensi regresi X ₁
b ₂	: koefisiensi regresi X ₂
b ₃	: koefisiensi regresi X ₃
X ₁	: insentif Pajak Kendaraan Bermotor
X ₂	: insentif Pajak Pertambahan Nilai
X ₃	: persepsi harga
e	: standar eror

3.6.4 Uji Hipotesis

1. Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi (adjusted R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen dengan nilai antara nol sampai satu (0 < R² < 1) yang menyatakan bahwa nilai antara 0 dan 1 menunjukkan Sebagian variabilitas dalam variabel dependen dijelaskan oleh variabel independent dalam model.

2. Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependen. Sebuah model regresi dianggap cukup bermanfaat jika Fhitung (Sig) kurang dari 0,05 (Attahariq et al., 2024).

3. Hasil Pengaruh Parsial (Uji-t)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen (Attahariq et al., 2024). Kriteria yang digunakan yakni

- Ketika nilai t hitung melebihi t tabel menunjukkan bahwa variabel X memberi pengaruh pada variabel Y
- Sebaliknya jika nilai t hitung kurang dari nilai t tabel maka dinyatakan bahwa variabel X dianggap tidak memberi pengaruh pada variabel Y.