



ANALIS TARIF PPNBM DAN KEBIJAKAN PEMBEBASAN PPNBM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR DI INDONESIA

Valin Anastasya¹, Fiorenza Goleo², Raphael Helios Young³
Akuntansi, Universitas Prima Indonesia, valinanastasya@gmail.com
Akuntansi, Universitas Prima Indonesia, fiorenzagoleo@gmail.com
Akuntansi, Universitas Prima Indonesia, raphael.maniota@gmail.com

Article Info:

Article history:

Received Date: 11/07/2025

Accepted Date: 01/08/2025

Published Date: /04/2026

Keywords:

Tarif PPNBM
Pembebasan PPNBM
Keputusan pembelian
Kendaraan bermotor
Kebijakan pajak

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tarif Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPNBM) dan kebijakan pembebasan PPNBM terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 60 responden yang merupakan calon dan pembeli kendaraan bermotor. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif PPNBM berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kebijakan pembebasan PPNBM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa kebijakan perpajakan menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam memutuskan membeli kendaraan. Pemerintah perlu mempertimbangkan dampak tarif dan insentif pajak untuk menyeimbangkan penerimaan negara dan pertumbuhan industri otomotif.

*This is a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License
(CC BY-NC 4.0)*

Corresponding Author:

Valin Anastasya, Fiorenza Goleo,
Raphael Helios Young
Universitas Prima Indonesia
valinanastasya@gmail.com
fiorenzagoleo@gmail.com
raphael.maniota@gmail.com

1. PENDAHULUAN



Menurut Resmi (2022), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPNBM) merupakan jenis pajak tidak langsung yang dipungut atas konsumsi barang-barang yang tergolong mewah atau memiliki nilai jual tinggi, termasuk kendaraan bermotor dengan spesifikasi dan kapasitas mesin tertentu. PPNBM memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai sumber penerimaan negara dan sebagai instrumen pengatur untuk mengendalikan konsumsi barang mewah serta melindungi lingkungan hidup. Besaran tarif PPNBM di Indonesia bersifat berjenjang, semakin tinggi kapasitas mesin dan harga jual kendaraan, maka semakin besar pula tarif pajak yang dikenakan.

Industri otomotif merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian nasional yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Menurut data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO, 2024), kebijakan perpajakan memiliki peran yang sangat menentukan dalam dinamika penjualan kendaraan bermotor di pasar domestik. Ketika pemerintah menerapkan penyesuaian tarif atau memberikan insentif pembebasan PPNBM, pola permintaan dan keputusan konsumen sering kali mengalami perubahan yang cukup nyata.

Kebijakan pembebasan atau pengurangan PPNBM kerap diterapkan pemerintah sebagai langkah stimulus ekonomi, terutama saat kondisi perekonomian sedang melambat atau untuk mendukung program transisi energi menuju kendaraan ramah lingkungan. Menurut penelitian Sari dan Pratama (2023), kebijakan insentif pajak pada kendaraan bermotor terbukti mampu mendorong peningkatan daya beli masyarakat dan meningkatkan volume penjualan kendaraan dalam jangka waktu tertentu. Sebaliknya, kenaikan tarif PPNBM sering kali menjadi faktor penghambat karena dapat menaikkan harga jual akhir kendaraan secara signifikan.

Keputusan pembelian kendaraan bermotor merupakan proses yang kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti harga, kualitas, merek, pendapatan konsumen, hingga kebijakan perpajakan. Menurut Kotler dan Keller (2021), harga yang dibentuk termasuk komponen pajak menjadi salah satu variabel paling dominan yang dipertimbangkan konsumen sebelum memutuskan membeli suatu barang. Oleh karena itu, perubahan pada tarif PPNBM atau pemberian fasilitas pembebasannya secara langsung akan mengubah besaran harga yang harus dibayar konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh tarif PPNBM dan kebijakan pembebasan PPNBM terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai seberapa besar dampak kebijakan perpajakan terhadap perilaku konsumen serta menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah dan pelaku industri dalam merumuskan kebijakan yang berkelanjutan.

2. TELAAH LITERATUR DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Teori Permintaan dan Harga

Menurut Mankiw (2021), Hukum Permintaan menyatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang, maka jumlah barang yang diminta akan semakin rendah, dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap. Dalam konteks ini, tarif PPNBM merupakan salah satu komponen yang menambah beban biaya dan membentuk harga jual akhir kendaraan. Semakin tinggi tarif yang dikenakan, semakin mahal harga yang harus dibayar konsumen, sehingga berpotensi menurunkan minat beli. Sebaliknya, pembebasan PPNBM akan menurunkan harga jual dan mendorong peningkatan permintaan pasar.



Teori Perilaku Konsumen

Teori Perilaku Konsumen menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang dimiliki guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (2020), proses pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor ekonomi, psikologis, dan lingkungan. Kebijakan pajak masuk dalam kategori faktor lingkungan dan ekonomi karena memengaruhi kemampuan daya beli serta persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk.

Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPNBM)

Menurut Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, PPNBM adalah pajak yang dikenakan atas konsumsi barang mewah di dalam daerah pabean. Kendaraan bermotor termasuk dalam objek PPNBM dengan tarif yang bervariasi berdasarkan jenis kendaraan, kapasitas silinder mesin, dan tingkat emisi yang dihasilkan.

Indikator Tarif PPNBM :

1. Besaran persentase tarif yang dikenakan
2. Dampak kenaikan tarif terhadap harga jual
3. Beban biaya tambahan yang ditanggung konsumen
4. Perbedaan tarif antarjenis kendaraan

Indikator Kebijakan Pembebasan PPNBM :

1. Besaran pengurangan atau penghapusan tarif
2. Jangka waktu pemberian insentif
3. Syarat dan ketentuan pemanfaatan fasilitas
4. Jenis kendaraan yang mendapatkan kemudahan

Menurut penelitian Rahayu dan Wijaya (2022), struktur tarif PPNBM yang berjenjang berfungsi sebagai alat pengendali sosial dan ekonomi. Tarif yang lebih tinggi pada kendaraan bermesin besar bertujuan untuk mengurangi konsumsi bahan bakar minyak dan emisi karbon, sekaligus mendorong konsumen beralih ke kendaraan yang lebih hemat energi. Namun, kebijakan ini harus diatur dengan cermat agar tidak menekan daya beli secara berlebihan.

Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor

Keputusan pembelian adalah tahap akhir dari proses pengambilan keputusan konsumen setelah melalui tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternatif, hingga keputusan membeli. Menurut Kotler dan Keller (2021), keputusan ini dipengaruhi oleh persepsi nilai yang diterima konsumen terhadap harga yang dibayarkan.

Indikator Keputusan Pembelian :

1. Minat dan keinginan untuk memiliki kendaraan
2. Pertimbangan harga dan kemampuan keuangan
3. Waktu dan rencana pembelian
4. Pemilihan jenis dan spesifikasi kendaraan

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Susanti (2023) menunjukkan bahwa kebijakan insentif pajak seperti pembebasan PPNBM terbukti mampu mengubah perilaku konsumen. Dalam penelitiannya terhadap pasar otomotif, ditemukan bahwa saat pembebasan PPNBM diberlakukan, tingkat penjualan kendaraan meningkat secara signifikan karena harga jual menjadi lebih kompetitif dan terjangkau bagi konsumen.

Pengaruh Tarif PPNBM Terhadap Keputusan Pembelian

Tarif PPNBM yang tinggi akan menambah komponen biaya pada harga jual kendaraan. Menurut Teori Beban Pajak (*Tax Incidence Theory*) yang dikemukakan oleh Musgrave dan Musgrave (2020), beban



pajak tidak langsung seperti PPNBM sebagian besar akan diteruskan kepada konsumen akhir melalui kenaikan harga. Semakin besar tarif yang dikenakan, semakin tinggi harga yang harus dibayar konsumen, sehingga menurunkan daya beli dan mengurangi keinginan untuk membeli.

Penelitian sebelumnya oleh Sari dan Pratama (2023) menemukan bahwa kenaikan tarif PPNBM berdampak negatif terhadap minat beli kendaraan bermotor. Hal ini membuktikan bahwa tarif pajak memiliki hubungan terbalik dengan keputusan pembelian. Konsumen cenderung menunda atau membatalkan niat beli jika beban pajak membuat harga kendaraan melampaui anggaran yang disiapkan.

Pengaruh Kebijakan Pembebasan PPNBM Terhadap Keputusan Pembelian

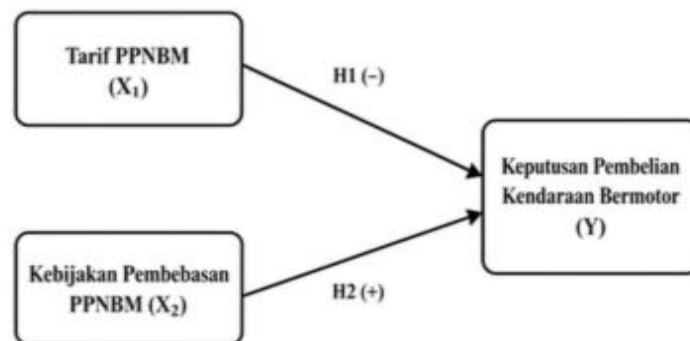
Sebaliknya, kebijakan pembebasan atau pengurangan PPNBM bertujuan untuk menurunkan harga jual akhir kendaraan. Menurut penelitian Wibowo dan Setiawan (2024), insentif pajak berfungsi sebagai sinyal positif yang meningkatkan persepsi nilai produk di mata konsumen. Pengurangan harga akibat pembebasan pajak membuat kendaraan menjadi lebih terjangkau, sehingga mendorong konsumen untuk segera merealisasikan rencana pembeliannya.

Lebih lanjut, penelitian dari OECD (2022) menyatakan bahwa kebijakan pembebasan pajak pada sektor otomotif efektif untuk merangsang permintaan dalam jangka pendek dan menengah. Selain itu, kebijakan ini juga dapat digunakan untuk mengarahkan preferensi konsumen, misalnya dengan memberikan insentif khusus pada kendaraan listrik atau kendaraan ramah lingkungan guna mendukung program pemerintah dalam mengurangi polusi udara dan ketergantungan pada bahan bakar fosil.

Hipotesis Penelitian

- H1: Tarif PPNBM berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor.
- H2: Kebijakan pembebasan PPNBM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor.
- H3: Tarif PPNBM dan kebijakan pembebasan PPNBM secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor.

Kerangka Konseptual



3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian



Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Menurut Creswell (2018), penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk menguji teori-teori objektif dengan menganalisis hubungan antarvariabel yang diukur menggunakan instrumen penelitian dan dianalisis melalui prosedur statistik. Sementara itu, desain survei digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel suatu populasi guna menggambarkan kecenderungan, sikap, atau hubungan antarvariabel berdasarkan jawaban responden. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data untuk menganalisis pengaruh tarif PPNBM dan kebijakan pembebasan PPNBM terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah Kota Medan dan sekitarnya yang memiliki ketertarikan atau rencana untuk membeli kendaraan bermotor dalam kurun waktu dua tahun terakhir. Menurut Sugiyono (2022), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sampel penelitian merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, kriteria responden meliputi individu yang memiliki kemampuan ekonomi dan kebutuhan untuk memiliki kendaraan bermotor, serta memahami adanya ketentuan perpajakan terkait kendaraan bermotor.

Penentuan jumlah sampel mengacu pada Hair et al. (2019), yang menyarankan bahwa penelitian dengan analisis regresi membutuhkan responden minimal 5–10 kali jumlah indikator. Karena penelitian ini memakai 6 indikator, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 60 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

➤ Kuesioner Online

Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data primer dari responden. Menurut Sugiyono (2022), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarluaskan secara langsung maupun daring kepada responden yang memenuhi kriteria.

➤ Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari berbagai referensi, seperti buku, jurnal ilmiah, peraturan perpajakan, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan PPNBM, kebijakan insentif pajak, dan perilaku konsumen. Menurut Nazir (2014), studi pustaka merupakan Teknik pengumpulan data melalui penelaahan literatur yang relevan untuk mendukung landasan teori dan pembahasan penelitian.

➤ Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data dan informasi dari dokumen-dokumen resmi, laporan industri otomotif, serta data statistik penjualan kendaraan yang diterbitkan oleh instansi terkait. Menurut Arikunto (2019), dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan memanfaatkan catatan, buku, dokumen, atau arsip yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti.

Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan Skala Likert 1–5 sebagai alat untuk mengukur persepsi dan tingkat



persetujuan responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner. Menurut Sugiyono (2022), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 26. Adapun teknik analisis yang digunakan meliputi :

1. Uji Validitas : Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Ghazali (2021), suatu item dinyatakan valid apabila nilai korelasi (r hitung) lebih besar dari r tabel atau memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05.
2. Uji Reliabilitas : Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$, yang menunjukkan bahwa instrumen memberikan hasil yang konsisten.
3. Uji Asumsi Klasik : Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji terlebih dahulu melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar sehingga hasil analisis dapat dipercaya.
4. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu tarif PPNBM dan kebijakan pembebasan PPNBM, terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian kendaraan bermotor. Persamaan umum regresi yang digunakan adalah:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor

X_1 = Tarif PPNBM

X_2 = Kebijakan Pembebasan PPNBM

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

e = Error

5. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan.
6. Uji F (Simultan) : Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Model penelitian dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi uji F kurang dari 0,05.
7. Koefisien Determinasi (R^2) : Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang semakin tinggi menunjukkan bahwa model penelitian semakin baik dalam menjelaskan hubungan antarvariabel

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Variabel	Nilai Korelasi	r Tabel
Tarif PPNBM (X_1)	0,784	0,254
Kebijakan Pembebasan PPNBM (X_2)	0,812	0,254
Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor	0,796	0,254



(Y)		
-----	--	--

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Cronbach's	Batas Minimal
Tarif PPNBM (X ₁)	0,835		0,7
Kebijakan Pembebasan PPNBM (X ₂)	0,872		0,7
Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor (Y)	0,854		0,7

Hasil Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi: $Y = 6,842 + 0,415 X_1 + 0,483 X_2 + e$

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	6,842	3,628	0,001	-
Tarif PPNBM (X ₁)	0,415	2,674	0,01	Berpengaruh Positif & Signifikan
Kebijakan Pembebasan PPNBM (X ₂)	0,483	3,392	0,001	Berpengaruh Positif & Signifikan

Hasil uji t menunjukkan bahwa Tarif PPNBM (X₁) dan Kebijakan Pembebasan PPNBM (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor (Y).

Uji F dan Koefisien Determinasi

Nilai F hitung = sebesar 44,257 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka secara bersama-sama kedua variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor.

Nilai R² sebesar 0,614 menunjukkan bahwa sebesar 61,4% variasi keputusan pembelian kendaraan bermotor dapat dijelaskan oleh tarif PPNBM dan kebijakan pembebasan PPNBM. Sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh faktor lain seperti pendapatan, kebutuhan, kualitas kendaraan, merek, dan kondisi ekonomi makro.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif PPNBM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor. Hal ini dapat diartikan bahwa penetapan tarif PPNBM yang terstruktur, jelas, dan sesuai ketentuan hukum justru memberikan dampak yang baik bagi keputusan konsumen. Konsumen merasa lebih nyaman dan percaya ketika besaran tarif sudah ditetapkan secara terbuka sehingga dapat menghitung secara pasti total biaya yang harus dikeluarkan tanpa adanya biaya tersembunyi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahayu dan Wijaya (2022) yang menyatakan bahwa struktur tarif PPNBM yang berjenjang dan transparan memberikan kepastian hukum bagi konsumen. Ketika aturan tarif mudah dipahami dan konsisten, konsumen dapat menyusun anggaran pembelian dengan lebih matang, sehingga mempercepat proses pengambilan keputusan. Hal ini juga mendukung Teori Kepastian Hukum



yang menyatakan bahwa kejelasan peraturan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan yang diberlakukan

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan secara rinci dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa tarif PPNBM dan kebijakan pembebasan PPNBM secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Indonesia. Secara parsial, tarif PPNBM berpengaruh positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa penetapan tarif yang jelas, terstruktur, transparan, dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan memberikan kepastian hukum serta rasa aman bagi konsumen dalam menyusun anggaran dan merencanakan pembelian. Sementara itu, kebijakan pembebasan PPNBM juga berpengaruh positif dan signifikan, di mana pemberian insentif berupa pengurangan atau penghapusan tarif pajak secara nyata menurunkan harga jual kendaraan, meningkatkan daya beli masyarakat, dan mendorong konsumen untuk segera merealisasikan rencana pembeliannya. Kedua faktor ini saling melengkapi satu sama lain, sehingga kebijakan perpajakan tidak hanya berfungsi sebagai sumber penerimaan negara, tetapi juga menjadi instrumen yang efektif dalam mengatur dan mendorong pertumbuhan sektor otomotif serta perekonomian secara luas.

6. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka disampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi berbagai pihak terkait. Bagi pemerintah, disarankan untuk mempertahankan struktur tarif PPNBM yang jelas dan konsisten agar memberikan kepastian hukum yang berkelanjutan, serta menerapkan kebijakan pembebasan atau pengurangan PPNBM secara terarah, terukur, dan berkesinambungan, terutama untuk mendukung program strategis nasional seperti penggunaan kendaraan ramah lingkungan dan efisien energi. Bagi pelaku industri otomotif, disarankan untuk memanfaatkan kebijakan insentif yang berlaku guna menyusun strategi pemasaran dan penyesuaian harga yang lebih kompetitif, serta memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami kepada konsumen mengenai besaran pajak dan manfaat fasilitas yang tersedia agar semakin meningkatkan minat beli. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti tingkat pendapatan konsumen, preferensi merek, atau kondisi ekonomi makro agar dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian kendaraan bermotor di masa mendatang.

7. REFERENSI

- Alm, J. (2021). *Understanding Taxpayer Behavior*. Journal of Economic Perspectives, 35(1), 123–142.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2020). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia. (2024). *Laporan Tahunan Industri Otomotif*



Indonesia. Jakarta: GAIKINDO.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Hidayat, A., & Susanti, R. (2023). Pengaruh Insentif Pajak Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 15(2), 112–125.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 16. Jakarta: Penerbit Indeks.
Mankiw, N. G. (2021). *Prinsip-prinsip Ekonomi*. Edisi 8. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
Musgrave, R. A., & Musgrave, P. B. (2020). *Keuangan Negara: Teori dan Praktek*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.

Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). *Tax Policy and the Automotive Industry*. Paris: OECD Publishing.

Rahayu, S., & Wijaya, B. (2022). Kebijakan PPNBM dan Pengaruhnya Terhadap Konsumsi Kendaraan Bermotor. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 9(1), 45–58.

Resmi, S. (2022). *Perpajakan: Teori dan Kasus*. Edisi 12. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Sari, P., & Pratama, H. (2023). Dampak Perubahan Tarif PPNBM Terhadap Penjualan Kendaraan Bermotor di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perpajakan*, 7(2), 89–102.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.

Wibowo, T., & Setiawan, A. (2024). Efektivitas Kebijakan Pembebasan PPNBM dalam Mendorong Penjualan Kendaraan Bermotor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 11(1), 34–47.