



Pengaruh PKB dan Harga terhadap Daya Beli Mobil di Kota Surabaya

Reza Duta Apriliyanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda

dutareza6@gmail.com

Lis Setyowati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda

lisasetyowati2021@gmail.com

Korespondensi penulis: dutareza6@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study was to determine the effect of vehicle tax and price on the purchasing power of four-wheeled vehicles in the city of Surabaya. This type of research uses quantitative research. This study uses primary data and secondary data. The sampling technique used in this study is probability / random sampling technique using the slovin formula, so that the number of samples in this study is 100 respondents.*

The results of this study indicate that vehicle taxes and prices have an effect on the purchasing power of four-wheeled vehicles in the Surabaya city area, vehicle taxes and prices have a simultaneous effect on the purchasing power of four-wheeled vehicles in the Surabaya city area with R square values of 62.9% and 37.1 % influenced by other variables.

Keywords: *Vehicle Price, Vehicle Purchasing Power, Vehicle Tax.*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pajak kendaraan dan harga terhadap daya beli kendaraan roda empat di wilayah kota Surabaya. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability / teknik random sampling menggunakan rumus slovin, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa pajak kendaraan dan harga berpengaruh terhadap daya beli kendaraan roda empat di wilayah kota Surabaya, pajak kendaraan dan harga berpengaruh simultan terhadap daya beli kendaraan roda empat di wilayah kota Surabaya dengan nilai R square 62,9% dan 37,1% di pengaruh oleh variabel lain.

Kata kunci: Daya Beli Kendaraan, Harga Kendaraan, Pajak Kendaraan.

LATAR BELAKANG

Saat ini teknologi berkembang pesat di semua aplikasi bisnis termasuk otomotif dan industri telah memanfaatkan ini untuk menciptakan sistem teknologi yang dapat memajukan dan meningkatkan bisnis secara signifikan. Industri saat ini sangat memanfaatkan perkembangan saat ini dimana produksi kendaraan sudah menggunakan perkembangan teknologi yang semakin canggih, banyak kendaraan terutama roda empat yang memiliki fitur canggih antara lain auto driver yang di ciptakan merk tesla dimana kendaraan bisa berjalan sendiri tanpa

pengemudi, *Smart key* hampir diseluruh merk mobil menggunakan fitur tanpa anak kunci dan *System parking auto* dimana kendaraan dapat memarkir sendiri dengan satu tombol. Dengan adanya perkembangan teknologi yang dimasukan kedalam kendaraan makin meningkat pajak kendaraan untuk pemasukan pemerintah dan harga yang di tawarkan kendaraan tersebut, apakah dengan peningkatan pada pajak dan harga berdampak pada daya beli konsumen yang ingin membeli kendaraan tersebut.

Menurut Faizah & Ajimat (2022:16) Daya beli konsumen ialah seorang yang mampu membeli sesuatu jasa atau benda. Kemampuan membeli suatu konsumen sangat berarti untuk melindungi perkembangan ekonomi sebab konsumen akan meningkatkan perkembangan ekonomi, maka dari itu untuk meningkatkan kemampuan beli kosumen instansi pemerintahan bisa menggunakan cara yakni membuka peluang pekerjaan. Dengan terbukanya peluang pekerjaan masyarakat memiliki penghasilan, sehingga kemampuan membeli masyarakat hendak bertambah. Selama ini kemampuan membeli sebagai alat perkembangan ekonomi yang luar biasa, adanya masyarakat yang besar instansi pemerintahan sangat berpengaruh akan kemampuan membeli konsumen. Kemampuan untuk membeli secara otomatis akan menurun jika lembaga pemerintah mulai lelah mencoba mengendalikan kenaikan biaya produk.

Menurut Walangitan (2018:36) Keberhasilan mempromosikan suatu produk sangat ditentukan oleh harga yang berperan besar dalam mempengaruhi daya beli pelanggan. Jika harga ditetapkan sesuai dengan fitur dan kegunaan yang disediakan pada mobil tersebut, maka daya beli konsumen akan meningkat. Namun, jika fitur dan kegunaannya sedikit dan harga meroket, maka daya beli konsumen akan terus menurun. Setiap pembelian kendaraan pasti tidak jauh dengan namanya pajak, Setiap pelanggan yang membeli kendaraan tentunya akan mendapatkan STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan) yang merinci pajak pemilik kendaraan. Setiap kendaraan akan mempunyai nilai pajak yang berbeda sesuai dengan fitur dan kegunaan yang diberikan dalam kendaraan tersebut, tahun kendaraan, dan wilayah pembelian kendaraan tersebut.

Menurut Faizah & Ajimat (2022:16) Pajak merupakan bagian yang cukup besar dari penerimaan kas negara yang digunakan untuk membangun fasilitas untuk mencapai ketentraman penduduk. Salah satu sumber pendapatan pemerintah antara lain pajak, pajak kendaraan digunakan untuk pembangunan dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Seperti pelebaran jalan, pembangunan jalan tol lintas Jawa, dan pemberian subsidi BBM. Hal ini untuk mencapai salah satu tujuan Negara Indonesia. Kita dapat melihat bahwa Indonesia memiliki tujuan yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan bersama, pada alinea keempat pasal 23A

pembukaan UUD 1945. Dalam hal ini, ketika memutuskan tarif pajak pemerintah selalu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk.

Pajak digunakan sebagai penerimaan negara, dan penerimaan pajak nasional atau daerah. Digunakan untuk mendanai upaya pembangunan dalam rangka menaikkan tujuan penerimaan pajak yang bersumber dari jumlah konsumsi masyarakat. Daya beli konsumen inilah yang menentukan seberapa banyak konsumsi masyarakat umum. Salah satu pungutan yang mempengaruhi dan mendongkrak pendapatan negara khususnya di daerah adalah pajak mobil.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh pajak kendaraan dan harga terhadap daya beli kendaraan roda empat di kota Surabaya**” berdasarkan uraian di atas. Diharapkan temuan penelitian ini dapat mendorong calon pembeli kendaraan roda empat untuk memperhatikan pajak dan harga kendaraan sebelum melakukan pembelian.

KAJIAN TEORITIS

1. Pajak Kendaraan

a) Pengertian Pajak Kendaraan Bermotor

Menurut Ratnasari & Setiawan (2016:896) mengatakan bahwa pajak kendaraan bermotor juga dikenal sebagai PKB adalah pajak yang dibayarkan oleh pemilik mobil. Pajak kendaraan merupakan salah satu jenis pajak daerah atau wilayah. Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dalam PDRD (pajak daerah dan retribusi daerah) adalah pajak atas kepemilikan atau penguasaan kendaraan bermotor, sebagaimana tercantum dalam pasal 1 angka 12 undang-undang tersebut. Istilah "kendaraan" mengacu pada semua kendaraan beroda. Mereka dapat digerakkan oleh mesin-mesin teknik, seperti motor atau mesin lain yang dapat digunakan sebagai sumber energi spesifik yang dapat menjadi gerak, dan dapat digunakan di segala jenis jalan di darat.

b) Tarif pajak kendaraan bermotor

Tarif Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) yang berasal dari Kota Surabaya telah ditetapkan sesuai dengan Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 9 Tahun 2018 yang memuat peraturan tersebut dan menjelaskan tentang besaran tarif PKB sebagai berikut:

- a) 1,5% untuk kepemilikan pertama PKB pemilik pribadi dan badan

- b) 2% untuk kepemilikan kedua
- c) 2,5% untuk kepemilikan ketiga
- d) 3% untuk kepemilikan keempat

c) Perhitungan pajak kendaraan bermotor

Dalam menghitung pajak kendaraan tahunan, pada perhitungan ini peneliti mengambil roda empat untuk di teliti, ada beberapa jenis beban biaya yang harus masuk di dalamnya, antara lain Biaya yang terkait dengan pengurusan Surat Tanda Nomor Kendaraan Bermotor (TNKB), bea balik nama kendaraan bermotor (BBN KB), pengesahan dan penerbitan tanda daftar kendaraan bermotor (STNK), pajak kendaraan bermotor (PKB), dan iuran wajib dana kecelakaan lalu lintas jalan (SWDKLLJ). Berikut perhitungan pajak mobil tahun pertama jika dirinci. Peneliti membeli mobil pertamanya yaitu Toyota Kijang Innova Tahun 2004 dengan harga Rp 174.300.000 maka perhitungan pajaknya antara lain:

- 1) $PKB = 1,5\%$ dari harga mobil
 $1,5\% \times Rp\ 174.300.000 = Rp\ 2.614.500$
- 2) $BBN\ KB = 1\%$ dari dari Harga mobil
 $1\% \times Rp\ 174.300.000 = Rp\ 1.743.000$
- 3) $SWDKLLJ = 143.000$
- 4) Biaya administrasi TNKB = Rp 100.000
- 5) Biaya administrasi dan penerbitan STNK = Rp 50.000 + 200.000 = Rp 250.000

Total tarif tahun pertama sebesar = Rp 4.850.500

Untuk perhitungan tahun-tahun selanjutnya, biaya BBN KB, STNK, dan TNKB tidak perlu dimasukkan. Perhitungan hanya meliputi SWDKLLJ, PKB sebesar 1,5%, dan biaya administrasi.

d) Sanksi pajak kendaraan

Menurut Ratnasari & Setiawan (2016:896) Pemilik mobil bermotor dikenakan pajak kendaraan bermotor, yaitu sejenis pajak daerah atau wilayah. Untuk mewujudkan wajib pajak yang disiplin tentu akan diterapkan namanya sanksi pajak. Menurut Darma (2019:79) Sanksi perpajakan juga diantisipasi dapat memberikan efek jera bagi

masyarakat yang memiliki sejarah gagal dalam memenuhi tanggung jawab perpajakannya. Tingkat kepatuhan wajib pajak yang lebih besar akan dipengaruhi oleh sanksi pajak yang keras. Semakin besar sanksi yang diberlakukan, maka wajib pajak akan semakin patuh atau disiplin, menuju perkembangan yang baik.

2. Harga

a) Pengertian Harga

Nilai yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas manfaat menggunakan barang atau layanan dikenal sebagai harga. Jumlah yang dibayarkan untuk sesuatu adalah harganya. (Walangitan, 2018:36). Sedangkan menurut Wibowo et al., (2022:2989) Harga adalah representasi dari nilai tukar untuk individu atau kelompok tertentu pada waktu dan lokasi tertentu. Itu dapat dibandingkan dengan uang atau komoditas lain untuk manfaat barang atau jasa.

b) Tujuan Harga

Menurut Walangitan (2018:37) terdapat empat tujuan dari harga, antara lain:

- 1) Mencegah atau mengurangi persaingan, di dunia bisnis sering kali mendengar pesaingan dunia bisnis, maka dari itu dibutuhkan aturan-aturan penetapan harga adalah salah satu cara mereka bersaing. Dengan kebijakan penetapan biaya tidak akan ditentukan oleh pelaku usaha semanya sendiri. Akibatnya, jika harga barang dan jasa sebanding, mereka juga akan sama, Jika berbeda itu hanya sedikit variasi.
- 2) Penetapan harga dapat mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar, pangsa pasar akan selalu tetap sama. Selain memiliki kemampuan pemasaran yang kuat dan kondisi keuangan yang sehat, pangsa pasar dapat dipertahankan jika kemampuan dan kapasitas produksi masih memadai.
- 3) Mencapai target pengembalian investasi, suatu perusahaan memilih untuk menetapkan suatu harga adalah untuk menghasilkan laba sekaligus menutupi biaya operasional. Hanya keuntungan perusahaan yang dapat digunakan untuk membayar harga yang telah ditetapkan untuk mengembalikan investasi.
- 4) Mencapai keuntungan maksimal, pertimbangan untung/rugi sudah di pikirkan sebelum menetapkan suatu harga. Dalam penetapan harga, tentunya perusahaan

mengutamakan keuntungan, kemampuan, dan daya beli konsumennya. Maka akan mudah bagi pemilik bisnis untuk memaksimalkan keuntungan.

c) Peranan Harga

Peran harga yang ditetapkan pada suatu produk adalah berfungsi sebagai alat informasi dan alokasi. (Wibowo et al., 2022:2989). , fungsi alokasi harga adalah fungsi yang membantu pelanggan dalam memutuskan bagaimana memperoleh manfaat atau utilitas terbesar yang diantisipasi. Akibatnya, ketersediaan harga dapat membantu pelanggan dalam memilih cara mendistribusikan daya beli mereka di antara produk dan layanan yang berbeda. Pembeli akan mempertimbangkan biaya dari berbagai opsi sebelum memutuskan berapa banyak uang yang akan dialokasikan.

d) Manfaat harga

Menurut Aptaguna & Pitakola (2016:52) bahwa manfaat harga, antara lain:

- 1) Keterjangkauan harga, jangkauan harga yang sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, semangkin rendah kualitasnya semakin terjangkau harganya, dan sebaliknya.
- 3) Daya saing Harga, kesesuaian barang atau jasa dilihat dari harga, hal ini tidak merugikan pelaku usaha lainnya.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat, jika manfaat tersebut bisa digunakan dengan jangkah waktu yang panjang, harga juga disesuaikan dengan manfaatnya.
- 5) Harga mempengaruhi daya beli konsumen, hal ini sangat berpengaruh kepada daya beli jika harganya terjangkau dan kualitas bagus daya beli akan meningkat, dan sebaliknya.
- 6) Pelanggan juga dapat dipengaruhi dalam pengambilan keputusan mereka berdasarkan harga, hal ini sering terjadi jika harga terlalu tinggi sedangkan kebutuhan konsumen masih banyak, alhasil konsumen tidak jadi membeli atau mencari harga yang lebih terjangkau.

e) Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga

Dalam penetapan harga barang, seorang pengusaha harus memperhatikan hal hal berikut (Wibowo et al., 2022:2989):

- 1) Harga bahan baku, Harga bahan baku perlu diketahui agar bisa menentukan harga jual secara tepat untuk menghasilkan keuntungan maksimal.
- 2) Biaya produksi, Harga jual suatu produk ditentukan oleh biaya produksinya. Perusahaan dapat menentukan total output yang dihasilkan dari biaya ini dan menetapkan harga dengan margin keuntungannya setelah menghitung semua biaya produksi.
- 3) Biaya Pemasaran, biaya yang dikeluarkan untuk membiayai pemasaran yang dilakukan baik secara offline maupun online.
- 4) Peran pemerintah, Upaya pemerintah untuk mengatur dan mengawasi kegiatan ekonomi baik tingkat rumah tangga maupun usaha merupakan bagian dari perannya dalam perekonomian.

3. Daya Beli

a) Pengertian Daya Beli

Menurut Faizah & Ajimat (2022:17) Mengatakan bahwa kesanggupan dalam membeli banyak barang sesuai permintaan dengan nilai harga dan pendapatan tertentu. Sedangkan menurut Waroi (2019:126) bahwa Daya beli adalah kapasitas individu untuk mengkonsumsi suatu barang. Maka dari pengertian para ahli di atas bahwa daya beli adalah kemampuan konsumen untuk membeli barang yang diminta dengan tingkat harga dalam periode tertentu, daya beli sangatlah penting dalam perkembangan dan dalam menjaga perkembangan ekonomi negara karena konsumen juga akan menumbuhkan perkembangan ekonomi, dengan memberikan dorongan kemampuan beli konsumen intansi pemerintahan bisa menjalankan peningkatan dalam menciptakan peluang pekerjaan.

b) Manfaat daya beli

Menurut Faizah & Ajimat (2022:17) Terdapat 2 manfaat daya beli, antara lain:

- 1) Menjaga pertumbuhan ekonomi, dengan bertambahnya konsumen akan juga pemasukan negara melalui pajak sendiri, setiap kendaraan memiliki jumlah pajak yang berbeda beda sesuai dengan jenis kendaraan dan fitur yang diberikan, meningkatnya konsumen meningkat juga pemasukan negara.
- 2) Membuka lapangan pekerjaan, pemerintah negara pasti akan memikirkan bagaimana pemasukan akan meningkat, maka pemerintah membuka lapangan

pekerjaan guna meningkatkan pendapatan negara melalui daya beli, jika konsumen mempunyai penghasilan konsumen tersebut akan membeli kendaraan untuk kebutuhan dimana daya beli kendaraan akan meningkat dan dapat meningkatkan juga penghasilan negara dengan pajak kendaraan tersebut.

c) Indikator-indikator daya beli

Menurut Aptaguna & Pitakola (2016:52) daya beli dapat didefinisikan melalui indikator sebagai berikut:

- 1) Pengungkit ekonomi, atau tren seseorang untuk membeli suatu barang.
- 2) Referential power, atau tren seseorang untuk memberikan pandangan barang dagangannya kepada pihak terkait.
- 3) Preferensial power, atau kemampuan untuk mempengaruhi seseorang yang memiliki selera yang kuat terhadap suatu produk.
- 4) Daya Eksplorasi, Seseorang dengan kekuatan ini selalu mencari informasi tentang topik yang menarik dan informasi untuk mendukung aspek positif topik tersebut.

d) Penyebab perubahan daya beli

Menurut Ratnasari & Setiawan (2016:898) terdapat 4 penyebab perubahan permintaan, yaitu:

- 1) Perubahan pendapatan konsumen

Kurva permintaan bergerak ke kiri ketika orang memiliki lebih sedikit uang. Ini karena ada barang dengan kualitas lebih rendah, seperti yang menurut konsumen kurang menarik dan hanya digunakan saat terpaksa, dan permintaan akan turun jika pendapatan konsumen terus meningkat.

- 2) Perubahan pada harga barang pengganti

Apabila barang produksi tinggi, permintaan barang produksi mengikuti jumlah permintaan barang yakni ikut tinggi juga.

- 3) Perubahan pada harga barang komplementer

Apabila suatu barang meningkat, hal ini mengakibatkan permintaan terhadap barang komplementer terjadi penurunan.

4) Perubahan pada cita rasa peminat

Cita rasa dan selera peminat yang tidak pasti dapat mempengaruhi permintaan barang yang di sukai. Apabila peminat meningkat maka meningkat juga permintaan barang.

e) Faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli

Menurut Wibowo et al (2022:2990) terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi daya beli konsumen, antara lain:

- 1) Sikap orang lain, Sejauh mana tindakan orang lain mengurangi preferensi seseorang untuk pilihan tertentu dan sejauh mana orang termotivasi untuk mematuhi keinginan orang lain adalah dua faktor yang akan menentukan hal ini.
- 2) Aspek suasana yang tidak terantisipasi, Di masa depan aspek ini akan dapat menggantikan posisi konsumen saat melakukan pembelian. Ini tergantung pada bagaimana pelanggan berpikir dan apakah mereka cukup percaya diri untuk membeli atau tidak.

4. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan tentatif bahwa harus divalidasi dalam penggunaan aktual. Jika peneliti dapat mendukung klaim tersebut, teori tersebut akan disetujui jika tidak maka akan ditolak. Menggunakan kerangka pemikiran yang ditemukan sebelumnya dan kajian pustaka, Berikut ini rumusan dapat menjadi hipotesis :

H_0 = pajak kendaraan dan harga tidak berpengaruh terhadap daya beli

H_a = pajak kendaraan dan harga berpengaruh terhadap daya beli

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian kuantitatif penulis dipakai dalam karya ini. Penelitian kuantitatif (*Quantitatif Research*) di sebut juga pendekatan *traditional, positivism, experimental, dan empiricists*. Penelitian kuantitatif ini menekankan pada teori-teori dan hipotesis dalam pengukuran variabel dalam angka dan analisis data dengan statistik.

Jenis Data

Jenis data, data ini memanfaatkan data kuantitatif berupa subjek dan dokumenter, data subjek yang didapatkan langsung dengan cara membagikan kuisisioner kepada masyarakat kota surabaya yang memiliki kendaraan roda empat, data dokumenter di peroleh dari BPS (Badan Pusat Statistik).

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang telah dikumpulkan atau diperoleh langsung dari sumber aslinya tanpa menggunakan pihak ketiga. primer berasal dari hasil kuisisioner yang di sebar ke masyarakat Kota Surabaya sejumlah sampel yang di tentukan.

2. Data Sekunder

Sedangkan informasi yang dikumpulkan peneliti melalui media perantara disebut sebagai data sekunder. sekunder berasal dari Badan Pusat Statistik (BPS), untuk mengetahui jumlah pengguna mobil di kota Surabaya pada tahun 2020.

Analisa Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi dan hasil dari responden menggunakan skala likert. Lalu hasil dari responden tersebut akan di uji meliputi uji validitas dan reabilitas untuk menguji instrumen pertanyaannya. Dan juga uji asumsi klasik meliputi uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas. Dan untuk menguji hipotesis meliputi uji regresi linear berganda, uji T, uji R, dan Uji R Square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Pemungutan Pajak Kendaraan Pertama di Surabaya

Kendaraan mekanis pertama kali muncul di Surabaya pada tahun 1890, dan perkembangannya baru dimulai pada tahun 1900-an. Ini adalah bukti pergeseran sosial dan keuangan di antara penduduk Surabaya bahwa kendaraan bermotor sekarang dianggap barang mewah. Sebagai konsekuensi langsung dari ini, pemerintah memutuskan untuk memungut pajak kendaraan. Pada tahun 1916, Surabaya adalah kota di Indonesia yang menerapkan biaya kendaraan bermesin sebagai bagian dari mandat biaya transportasi. Undang-undang pengisian kendaraan bermesin telah mengalami beberapa revisi, yang paling menonjol terjadi pada tahun 1933, tak lama setelah krisis ekonomi awal abad ke-20. Perkembangan ini umumnya akan

membidik perluasan tarif perpajakan, dan hukuman yang dijatuhkan lebih berat daripada undang-undang sebelumnya. Meskipun, pemasukan pajak kendaraan bermotor penting dalam mengisi kas pemerintah, akan tetapi pemasukan pajak kendaraan bermotor mengalami fluktuasi. Hal tersebut di pengaruhi oleh depresi ekonomi dan ketidaksiapan pemerintah dalam melaksanakan ordonansi pajak kendaraan bermotor tahun 1933.

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas tes menentukan nilai kebenaran angket. Jika soal pada angket bisa dibandingkan dengan nilai r hitung (nilai korelasi item-total yang dikoreksi untuk output alfa cronbach) tabel nilai r untuk derajat kebebasan (df) = $n-2$, maka kuesioner dianggap valid. SPSS 16.0 digunakan untuk mengolah data oleh peneliti untuk menentukan nilai r yang dihitung. 100 orang dimasukkan dalam sampel penelitian. Akibatnya, $df=100-2$ dalam tabel r sama dengan 98. Tabel r untuk $df = 98$ memiliki nilai 0,196, yang sesuai dengan tingkat signifikan atau alfa 5% (0,05).

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Crochbach's Alpha</i>	Keterangan	Kategori
X1	0,859	<i>Reliabel</i>	Sangat <i>Reliabel</i>
X2	0,839	<i>Reliabel</i>	Sangat <i>Reliabel</i>
Y	0,849	<i>Reliabel</i>	Sangat <i>Reliabel</i>

Sumber : Diolah Penulis

Setiap variabel mempunyai *value alfa Cronbach* lebih tinggi dari 0,80 seperti pada tabel 4.12 sebelumnya. Karena itu dimungkinkan untuk menarik kesimpulan bahwa item kuesioner mengenai variabel pajak kendaraan (X1), harga (X2), dan daya beli kendaraan roda empat (Y) dinyatakan dapat diandalkan yang berarti bahwa mereka cocok untuk digunakan sebagai instrumen pengamatan.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.13

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.40842073
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.060
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.864
Asymp. Sig. (2-tailed)		.444

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Diolah Penulis

Nilai sig adalah 0,444 berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.13 di atas hasil uji normalitas. Akibatnya, lebih tinggi dari 0,05 di sign. Informasi analisis memiliki distribusi normal seperti yang ditunjukkan pada tabel.

b. Uji Multikolinearitas

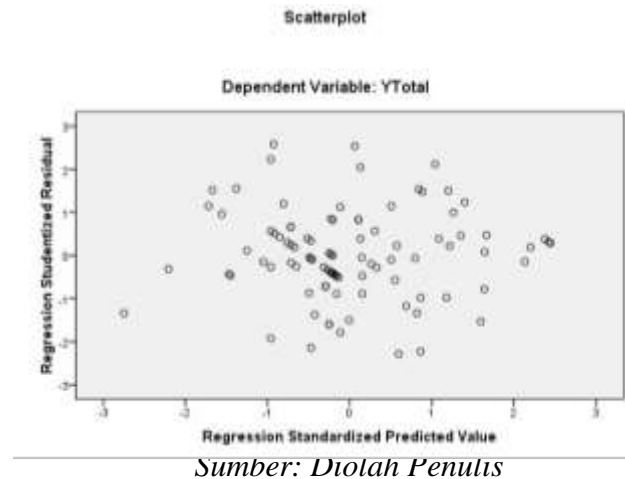
Tabel 4.14 Output Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Hasil
	Tolerance	VIF	
Pajak Kendaraan (X1)	0,709	1,410	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Harga (X2)	0,709	1,410	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Diolah Penulis

Nilai VIF (Variance Inflation Factor) berdasarkan variabel pajak kendaraan diketahui sebesar 1.410 dan harga 1.410 maka semua nilai VIF adalah < 10. Hal ini diketahui dari output uji multikolinearitas yang dipaparkan dalam daftar 4.14 di atas. Akibatnya, tidak ada multikolinearitas antara variabel independen/bebas.

c. Uji Heterokedastisitas



Gambar 4.1

Hasil keluaran uji memenuhi asumsi dan kondisi berikut, seperti yang digambarkan pada gambar sebelumnya:

- a) Tidak ada pola yang tetap, karena titik-titik menyusun contoh spesifik yang standar (bergelombang, melebar dan lalu menyempit).
- b) Dalam poros y, titik-titik terserak di atas dan di bawah angka 0 Tidak ada pola yang terlihat.

Mungkin untuk menarik kesimpulan bahwa data yang diperlukan bebas dari heteroskedastisitas jika asumsi ini benar.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi linear Berganda

Maksud analisis regresi adalah buat memastikan bagaimana variabel dependen (Y) mempengaruhi variabel independen (X). Validitas hipotesis penelitian juga dapat dievaluasi dengan analisis regresi. Analisis yang digunakan ketika lebih dari satu variabel independen dikaitkan dengan tingkat efek antar faktor adalah analisis linear berganda. Ini disebut linier karena diantisipasi bahwa setiap nilai yang diperkirakan akan naik atau turun dalam garis lurus. Analisis linier berganda dalam penelitian berikut.

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	Sig (t)	Hasil
Konstanta	5,781			
Pajak Kendaraan	0,426	5,473	,000	X1 terhadap Y di terima
Harga		0,812	10,167	X2 terhadap Y di terima
R Square			0,629	X1 & X2 terhadap Y di terima
F Hitung			82,305	
Sig (F)			,000	

Sumber: Diolah Penulis

b. Uji T

Tabel 4.16 Output Uji T X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.306	2.463		7.433	.000
	Pajak Kendaraan	.426	.078	.484	5.473	.000

a. Dependent Variable: Daya Beli Kendaraan Roda Empat

Sumber: Diolah Penulis

Menurut daftar 4.16 anggapan tes t parsial memperlihatkan hingga *value* signifikansi pajak kendaraan terhadap daya beli kendaraan roda empat adalah $0,000 < 0,05$, dan *value* t hitung senilai $5,473 > value$ t tabel 1,985. Akibatnya, pajak kendaraan terhadap daya beli kendaraan roda empat dianggap memiliki pengaruh parsial.

Tabel 4.17 Output Uji T X2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.636	1.974		3.361	.001
	Harga	.812	.064	.790	12.767	.000

a. Dependent Variable: Daya Beli Kendaraan Roda Empat

Sumber: Diolah Penulis

Menurut daftar 4.17 agngapan tes t parsial memperlihatkan hingga *value* signifikansi harga terhadap daya beli kendaraan roda empat adalah $0,000 < 0.05$, dan *value* t hitung senilai $12.767 > value$ t tabel 1.985. Akibatnya, harga terhadap daya beli kendaraan roda empat dianggap memiliki pengaruh parsial.

Tabel 4.18 Hasil Output Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	974.501	2	487.251	82.305	.000 ^a
	Residual	574.249	97	5.920		
	Total	1548.750	99			

a. Predictors: (Constant), Harga, Pajak Kendaraan

b. Dependent Variable: Daya Beli Kendaraan Roda Empat

Sumber: Diolah Penulis

Menurut daftar 4.18 reaksi tes F simultan memperlihatkan hingga *value* signifikansi pajak kendaraan serta harga terhadap daya beli kendaraan roda empat adalah $0,000 < 0.05$, dan *value* f hitung senilai $82.305 > value$ f tabel 3.089. Akibatnya, H_0 ditolak dan H_a diterima, Artinya pajak kendaraan dan harga terhadap daya beli kendaraan roda empat dianggap memiliki pengaruh simultan.

c. Uji Determinasi R²

Tabel 4.19 Hasil Output Uji Determinasi R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 ^a	.629	.622	2.433

a. Predictors: (Constant), Harga, Pajak Kendaraan

Sumber: Diolah Penulis

Menurut daftar 4,19 *value* R square sebesar 0,629 atau 62,9 % menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 secara simultan mempengaruhi variabel Y sebesar 62,9 %, sedangkan variabel lain mempengaruhi 37,1 % sisanya dari variabel lain.

Pembahasan

Menurut analisa penulis, pengelolaan Kas Kecil Pada PT Pusat Dagang Utama telah sesuai dengan SOP yang berlaku saat ini. Hanya saja SOP tersebut sering berubah sewaktu – waktu untuk menyesuaikan dengan jalannya perusahaan. Sehingga mengakibatkan perubahan yang signifikan terhadap proses pengerjaan finance.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

"Pengaruh pajak kendaraan dan harga terhadap daya beli kendaraan roda empat di wilayah kota Surabaya," adalah judul penelitian ini. Diperlukan 100 sampel dari kota Surabaya untuk penelitian ini. Setelah menguji spekulasi, dapat disimpulkan bahwa:

1. Uji F (Simultan) di Tabel 4.18 menampilkan signifikansi pajak kendaraan (X_1), dan harga (X_2), terhadap daya beli kendaraan roda empat (Y) senilai $0,000 < 0,05$. Serta F hitung ($82,305$) $> F$ tabel ($3,089$). Sehingga H_0 ditolak H_a diterima, didefinisikan didapati pengaruh pajak kendaraan dan harga terhadap daya beli kendaraan roda empat wilayah kota Surabaya.
2. Pada uji T (parsial), mengacu pada tabel 4.16 menampilkan nilai signifikansi pajak kendaraan (X_1) terhadap daya beli kendaraan roda empat $0,000 < 0,05$ serta t hitung ($5,473$) $> t$ tabel ($1,985$). Tabel 4.17 menampilkan nilai signifikansi harga (X_2) terhadap daya beli kendaraan roda empat $0,000 < 0,05$ serta t hitung ($12,767$) $> t$ tabel ($1,985$). Didefinisikan didapati pengaruh Pajak Kendaraan dan Harga terhadap daya beli kendaraan roda empat wilayah kota Surabaya secara parsial.
3. Tabel 4.19 menampilkan, nilai R Square senilai $0,629$ atau $62,9\%$ didefinisikan bahwa X_1 , X_2 , bersamaan mempengaruhi Y senilai $62,9\%$, serta $37,1\%$ dipengaruhi oleh variabel lain.

Saran

Penulis penelitian mengakui jauh dari sempurna kekurangannya. Oleh karena itu, penulis mengacu mengikuti survei yang telah tersedia serta keinginan memperoleh survei yang unggul dan berharap penelitian selanjutnya akan dapat meningkatkan temuan penelitian yang lebih baik dari sebelumnya.

1. "Kesadaran membayar pajak" ditemukan terhadap variabel pajak kendaraan, menunjukkan bahwa pengurangan dan penundaan pajak dapat merugikan negara. di mana responden memberikan variabel pajak kendaraan indikator ($X_{1.3}$) nilai terendah. Disarankan agar peneliti dapat menambahkan variabel tambahan dan mengembangkan pertanyaan kuesioner lebih lanjut.
2. Ditemukan indikator "Keterjangkauan harga" pada variabel Harga yang menyatakan Saya selalu ingin mendapatkan mobil dengan harga yang terjangkau

dengan ekonomi sekarang. Bahwa dimana variabel harga pada indikator (X2.8) mendapatkan nilai terendah dari responden. Diharapkan banyak sampel diantisipasi untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya dari berbagai sektor agar relevan.

3. Ditemukan indikator “daya transaksional” terhadap daya beli kendaraan roda empat yang mendapatkan jawaban terendah dari responden. Diharapkan bagi konsumen atau calon pembeli berminat membeli mobil karena produknya berkualitas dan dapat dipercaya berkualitas agar mampu memutuskan pembelian yang benar-benar tepat.

DAFTAR REFERENSI

- Antara. 2023, *Data Mobil Mewah nilai jual diatas 700 juta* (online). (<https://www.google.com/amp/s/jatim.antaranews.com/amp/berita/339212/bapenda-7628-unit-mobil-mewah-beredar-di-jatim-video>). Diakses tanggal 07 Juli 2023)
- Aptaguna, A., & Pitakola, E. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. 3(2012).
- Auto2000. (2022). "Mengenal sejarah perkembangan mobil di dunia". dalam Auto200 (Editor). (diakses 15 april 2023)
- Darma, S. S. (2019). Pengaruh Related Party Transaction Dan Thin Capitalization Terhadap Strategi Penghindaran Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 7(1), 58.
- Elvierayani, R. R., & Choiroh, F. (2020). Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FE UNISLA). *Mandalika Mathematics and Educations Journal*, 2(1), 67–75.
- Faizah, S., & Ajimat, A. (2022). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Kendaraan Bermotor Tarif Progresif terhadap Daya Beli Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(02), 15–24.
- Hasibullah, N. A., Mursalim, M., & Su'un, M. (2020). Analisis Pengaruh PPn, PPnBM, dan PKB dengan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Makassar. *Journal of Accounting and Finance (JAF)*, 1(1), 86–101.
- Neisia, T. C., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. (2018). Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Karombasan Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(003).
- Nofrizal, N. (2019). *Metode Penelitian dan Praktek SPSS*.
- Pemerintahkota. 2022. “Tarif pajak kendaraan bermotor Surabaya” dalam Anita (Editor). *CekPajakKendaraanSurabayaOnline*. Surabaya. (diakses 2 februari 2023)
- Junaidi, J. S., & Meirisa, F. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Word Of Mouth, Dan Layout Terhadap Keputusan Pembelian Di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 22–36.
- Ratnasari, I. A. P., & Setiawan, P. E. (2016). *PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI DAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR TARIF PROGRESIF TERHADAP DAYA BELI*

KENDARAAN DI DENPASAR. 15, 887–914.

- ROSIDI, I. (2017). *PENGARUH PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI, PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH DAN TARIF PROGRESIF PAJAK KENDARAAN BERMOTOR TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Sabijono, H., & Tungka, M. (2015). Analisis Perhitungan Dan Pencatatan Pajak Kendaraan Bermotor Pada Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 928–937.
- Sianipar, D. (2022). *PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN USAHA (STUDI KASUS UMKM KOTA MEDAN)*.
- Timetoast, 2023, *History of cars* (Online).(<https://www.timetoast.com/timelines/history-of-cars-e12949ce-ef73-4908-b09e-40807bc5439f>. Diakses tanggal 15 Mei 2023).
- Walangitan, olivia. dkk. (2018). Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Karombasan Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3).
- Waroi, M. (2019). *PENGARUH PAJAK KENDARAAN BERMOTOR TARIF PROGRESIF DAN PENDAPATAN WAJIB PAJAK TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT (Studi Empiris Di Kantor SAMSAT Kota Jayapura)*. 14(November), 124–139.
- Wibowo, T. S., Asir, M., & Anwar, M. A. (2022). *A Literature Study Efektifitas Strategi Penetapan Harga Produk Barang Pada Daya Beli Konsumen: Studi Literature*. 3(August), 2987–2996.