



**PENGARUH PENGENAAN PAJAK RESTORAN PADA HARGA PRODUK KEDAI
KOPI BENGAWAN SOLO COFFEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
WILAYAH BANDAR UDARA INTERNASIONAL SOEKARNO-
HATTATANGERANG BANTEN**

Tim Penyusun :

Agus Budi Waluyo, SE, Ak, M.Akt, CA

Zakia, S.Sos, MA

INSTITUT ILMU SOSIAL DAN MANAJEMEN STIAM I

JAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Pengenaan Pajak Restoran Pada Harga Produk Kedai Kopi Bengawan Solo Coffee Terhadap Keputusan Pembelian Di Wilayah Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta tangerang Banten

Peneliti / Pelaksana

Nama Lengkap : Agus Budi Waluyo, SE,Ak,M.Akt,CA

NIDN : 0330096504

Anggota

Nama Lengkap : Zakia, S.Sos, MA

NIDN : 0330119001

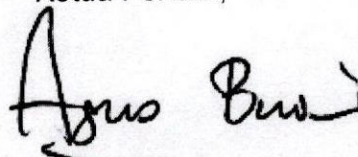
Sumber Dana : PT Internal
Biaya dari LPPM : Rp. 8.500.000,-

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Administrasi,

(Dr. Bambang Irawan, M.Si, MM)

NIK : 200130580

Jakarta,03 Oktober 2017
Ketua Peneliti,



(Agus Budi Waluyo,SE,Ak,M.Akt,CA)

NIDN : 0319055302

Menyetujui,
Kepala LPPM


LPPM
Institut STIAM

(Dr. Ir. A. H. Rahadian, M.Si)

NIK : 201219447

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat, hidayah dan inayah-Nya serta ditambah dengan semangat dan kerja keras sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul **“ANALISIS IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN PERDESAAN DAN PERKOTAAN DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK DAERAH PADA BADAN KEUANGAN DAERAH (BKD) KOTA DEPOK TAHUN 2013-2015”**.

Penulisan penelitian dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat memenuhi Tri Dharma Dosen pada Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.

Penulis menyadari, bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan maka kritik dan saran membangun penulis harapkan dari berbagai pihak demi kesempurnaan substansi penelitian ini.

Besar harapan penulis semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukan, khususnya bagi peneliti yang bermaksud untuk melakukan penelitian lanjutan.

Jakarta,

TIM PENELITI

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Pengenaan Pajak Restoran pada hargaproduk kedai kopi Bengawan Solo Coffee terhadap keputusan Pembelian. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini terpilih sebanyak 40 responden dengan menggunakan teknik Simple Random Sampling. Data yang diperoleh dengan membagikan kuesioner ke pelanggan kedai kopi Bengawan Solo Coffee Wilayah Bandar Udara Soekarno-Hatta Kota Tangerang. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana, dan untuk menentukan hipotesis digunakan uji t (Parsial). Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial pengenaan Pajak Restoran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Pengenaan Pajak Restoran , Keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PRAKATA	iii
RINGKASAN.....	iv
DAFTAR ISI	v-vi
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Ruang Lingkup Penelitian	10
C. Pertanyaan Penelitian	11
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Pustaka	10
1. Teori Perilaku Konsumen	14
2. Pajak Restoran	39
3. Variabel-Variabel Penelitian	45
C. Kerangka Teori	46
D. Hipotesis Penelitian	47
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	
A. Tujuan Penelitian	49
B. Manfaat Penelitian	49
BAB IV METODE PENELITIAN	

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	51
B. Operasionalisasi Variabel	51
C. Teknik Pengumpulan Data.....	53
D. Teknik Sampling	55
E. Teknik Analisis Data	58
F. Lokasi	61

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
B. Hasil Penelitian	64
C. Pembahasan.....	67

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	69
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target dan Realisasi Pendapatan Kedai Kopi Bengawan Solo Coffee area Bandara Soekarno-Hatta	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2.2 Model Penelitian	46
Tabel 4.1 Kisi-kisi Variabel Dependen	51
Tabel 4.2 Kisi-kisi Variabel Independen	52
Tabel 4.3 Jadwal Penelitian	60
Tabel 5.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin	63
Tabel 5.2 Distribusi responden tingkat pendidikan	63
Tabel 5.3 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 5.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	65
Tabel 5.5 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	47
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan dan tren bisnis industri makanan dan minuman di seluruh pertumbuhan bisnis di bidang lainnya di dunia masih menunjukkan angka pertumbuhan dengan persentase yang paling tinggi jika dibandingkan dengan pertumbuhan bisnis di bidang lainnya (Angelique dan Christina : 2013, 7). Perkembangan zaman yang semakin maju dan berkembang berdampak pada perkembangan jenis usaha dan bisnis yang semakin berkembang, salah satunya bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah Kedai Kopi. bisnis kedai kopi mulai menjamur, hal ini dikarenakan adanya beberapa alasan menurut (Atmodjo, 2005) yaitu; Potensi pasar ini sangat besar dan akan terus berkembang, Alat-alat penghidang makanan, sistem, kontrol serta pertolongan fisik lainnya yang telah berkembang yang akan lebih memudahkan, melancarkan dan menguntungkan. Dengan meningkatnya travel, mobilitas serta berbagai hal yang menambah alasan untuk makan diluar, mengakibatkan pertumbuhan usaha pelayanan makanan semakin besar pula.

Harga makanan yang menjadi lebih tinggi merupakan kesempatan yang baik untuk mendapatkan keuntungan. Usaha kedai kopi menjadi usaha yang menjanjikan dewasa ini. Bentuknya sangat beragam, dari kedai kopi yang

terkesan eksklusif hingga kedai kopi yang standar. Kedai – kedai tersebut memiliki spesifikasi dalam menjual produknya.

Saat ini, usaha kedai kopi muncul menjadi usaha yang memiliki konsep tempat, konsep jualan (marketing), konsep kemasan, konsep menu, dan konsep pelayanan yang menarik. Suasana di setiap kedai kopi yang memiliki ciri khas berbeda-beda menjadi salah satu daya tarik bagi para konsumen. Kenikmatan khas kopi memberikan sensasi tersendiri saat kita menyeruputnya. Tidak heran jika banyak orang yang secara rutin menyediakan waktu untuk menikmatinya. Bahkan, jika dulu kopi identik dengan orang tua, sekarang kopi telah menjadi bagian gaya hidup anak muda untuk menghabiskan waktunya bersantai dan berkumpul bersama teman-teman.

Pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan hiburan sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis food services melirik usaha kafe ataupun kedai kopi, dimana kehadiran kafe ini dinilai yang paling sesuai dengan gaya hidup masyarakat perkotaan saat ini (Kotler : 2012, 4).

Gaya hidup masyarakat perkotaan nantinya akan menjadi identitas dari kepribadian seorang konsumen. Konsumen tidak hanya menilai sebuah produk atau jasa berdasarkan kualitas, manfaat promosi yang diberikan, tetapi mereka juga menginginkan suatu komunikasi dan kegiatan pemasaran yang memberikan sensasi, menyentuh hati, sesuai dengan gaya hidup mereka. Suasana yang nyaman, pilihan menu yang berkualitas, serta

fasilitas yang menarik tentu merupakan alasan bagi masyarakat untuk memilih kedai kopi ini.

Kedai kopi merujuk kepada sebuah organisasi yang secara pokok menyediakan kopi atau minuman panas lainnya. Dari suatu pengamatan langsung, kedai kopi banyak memberikan layanan sebagai pusat-pusat interaksi social, kedai kopi dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berkumpul, berbicara, bermain, menghibur satu sama lain, atau membuang waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil. Bahkan kedai kopi menjadi tempat tidur yang nyaman bagi pengunjungnya. Ngopi adalah ungkapan terhadap orang yang ingin menikmati kopi atau minuman lainnya atau sekedar duduk-duduk diwarung kopi dan mengobrol sesama pengunjung kedai kopi .

Bagi sebagian pecinta kopi, menikmati secangkir kopi mungkin hal yang biasa dilakukan di waktu senggang dan bisa dilakukan dimana saja. Namun bagi kalangan tertentu menikmati kopi bukan hanya bagaimana merasakan sensasi manis dan pahit, tetapi bagaimana muatan yang menyertai aktifitas itulah yang akan berdampak lebih luas. Misalnya para eksekutif muda akan menikmati secangkir kopi dengan menjalankan aktifitas dengan relasi bisnisnya. Begitu juga dengan mahasiswa, menikmati secangkir kopi hanya bermakna jika dilakukan di kedai kopi yang diselingi dengan diskusi kecil. Dan orang tua sekalipun menjadikan kedai kopi salah satu daya tarik yang tidak lepas dari kehidupan sehari – hari bahkan kedai kopi menjadi rumah kedua bagi mereka

Kopi kerap kali menjadi topik diskusi dan penelitian dalam studi ilmiah karena kopi merupakan salah satu jenis minuman yang paling digemari di

seluruh dunia (Masfufah :2015, 8). Pertumbuhan kedai kopi yang terus meningkat menjadi salah satu peluang untuk dapat meningkatkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Karena saat ini memang potensi yang dapat meningkatkan pendapatan daerah yang dimiliki masih berasal dari sektor pajak. Pada penjelasan Syaiful Bahri (2014,5),peluang dan potensi yang dimiliki oleh pemerintah, khususnya berkaitan dengan mobilisasi sumber penerimaan yang sudah dimanfaatkan oleh pemerintah daerah umumnya masih bersifat konvensional (tradisional), seperti misalnya pajak, retribusi dan pinjaman.

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan dana yang sangat potensial yang digunakan oleh pemerintah sebagai sumber pembiayaan dalam menyelenggarakan roda pemerintah. (Elvis : 2012, 3). Dua hal yang tidak dapat kita hindari dari kehidupan ini adalah kematian dan pajak. Setiap orang selalu bersinggungan dengan hal pajak baik secara langsung maupun tidak langsung. Misalnya seseorang membeli suatu barang maka orang tersebut harus membayar pajak (PPn) (Dyah :2010, 6). Namun berdasarkan pada Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Pajak Restoran, pajak restoran termasuk ke dalam PB1 yang nilainya sama dengan PPn yaitu sebesar 10%.

Tabel 1.1 Target dan Realisasi Pendapatan Kedai Kopi Bengawan Solo Coffee area Bandara Soekarno-Hatta.

TAHUN	TARGET	REALISASI	PRESENTASE
2014	2.500.000.000.	2.117.185.800	83%

2015	2.500.000.000	2.491.234.300	99%
2016	2.500.000.000	2.885.293.100	119%

.Sumber : Omset Tahunan Bengawan Solo Coffee Airport

Fenomena yang mendukung seiring dengan meningkatnya minat dan daya beli seseorang terhadap kedai kopi, maka semakin meningkat pula daya beli seseorang tersebut, berarti orang tersebut telah menyumbang banyak untuk daerah melalui pajak restoran.

Fenomena-fenomena lainnya dapat terlihat bahwa membeli kopi di Bengawan Solo Coffee maka akan dikenakan Pajak Restoran. Dengan adanya pengenaan pajak terhadap kopi yang dibeli, masyarakat sebagai konsumen harus lebih teliti dalam mengelola keuangan antara pendapatan dan pengeluaran yang berpengaruh terhadap daya beli atas barang kena pajak.

Membayar Pajak merupakan wujud nyata dari peran masyarakat dalam mendukung pembangunan maupun perekonomian di Indonesia, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan rasa tanggung jawab bersama sebagai warga negara. (Menurut Agung (2011: 3), "Pajak merupakan iuran rakyat ke kas negara yang dipungut oleh negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah yang berdasarkan undang-undang."

Aturan penting yang harus dipahami adalah penjualan makanan dan minuman tidak dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Namun bukan berarti bebas pajak, Pajak yang dipungut oleh Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) adalah Pajak Restoran. Namun pada tahun 2009, Dispenda berubah nama menjadi Dinas Pelayanan Pajak (DPP). Semakin meningkat

dan banyaknya restoran yang ada di Provinsi DKI Jakarta, maka meningkat juga penerimaan pendapatan daerah. Maka perlu dilakukan pemungutan, penghitungan penerimaan tersebut secara optimal agar dapat meningkatkan Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) khususnya dari penerimaan Pajak Restoran.

Dalam APBN dan APBD, sektor pajak selalu menempati posisi yang sangat dominan dalam penerimaan. Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah bersumber dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan penerimaan berupa Dana Perimbangan yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara.

Sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (UU PDRD), sebagai pengganti dari Undang-undang Nomor 18 Tahun 1997 dan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000. Pembayaran pajak sangat berguna dalam mendukung roda pembangunan demi mewujudkan Jakarta yang nyaman dan sejahtera. Berdasarkan Undang-undang Nomor 28 tahun 2009, terdapat penambahan empat jenis Pajak Daerah yang akan dipungut oleh Pemerintah Daerah yaitu, satu jenis Pajak Provinsi dan tiga jenis pajak kabupaten/kota.

Dengan adanya tambahan tersebut secara keseluruhan terdapat enam belas jenis Pajak Daerah, yaitu lima jenis Pajak Provinsi dan sebelas jenis pajak kabupaten. Jenis Pajak Provinsi yang baru adalah Pajak Rokok, sedangkan tiga jenis pajak kabupaten/kota yang baru adalah PBB Perdesaan dan Perkotaan, BPHTB, dan Pajak Sarang Burung Walet. Ada penambahan satu jenis pajak yaitu Pajak Air Tanah yang sebelumnya merupakan Pajak Provinsi.

Sementara di Provinsi DKI Jakarta memberlakukan hanya tiga belas Pajak Daerah. Sedangkan BPHTB baru tahun 2011, PBB di tahun 2012, dan Pajak Rokok di tahun 2014. Pajak Restoran merupakan pajak yang memberikan kontribusi yang cukup penting bagi sumber penerimaan daerah bagi provinsi DKI Jakarta. Dinas Pendapatan Daerah yang sekarang berganti nama menjadi Dinas Pelayanan Pajak merupakan unsur pelaksanaan Pemerintah Daerah dibidang pendapatan Daerah yang dipimpin oleh Kepala Dinas dan bertanggung jawab langsung kepada Gubernur melalui Sekertaris Daerah. Dinas Pelayanan Pajak bertugas menyelenggarakan pemungutan Pajak Daerah termasuk dalam pemungutan Pajak Restoran.

Adanya berbagai jenis pajak yang dikenakan oleh masyarakat, maka jenis pajak yang sangat potensial dan strategis ini akan digunakan sebagai sumber penghasilan atau pendapatan negara dalam rangka membiayai penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan. Dari hasil pembayaran pajak tersebut diharapkan akan dapat membiayai pembangunan nasional.

Sistem pemungutan pajak yang berlaku di Indonesia adalah *Self Assessment System*. Arti dari *Self Assessment System* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang, kepercayaan, tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar. Menurut Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintahan daerah, pada Pasal 1 ayat (6), “otonomi daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus diri-sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.”

Menurut Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 8 Tahun 2014 tentang perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah pada Pasal 1 angka (8), “pajak daerah yang selanjutnya disebut pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi maupun badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”,

Salah satu Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pajak daerah. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara Pemerintah Pusat, dan Pemerintah Daerah, pada pasal 5 ayat (2) “pendapatan daerah bersumber dari Pendapatan Asli Daerah (PAD), dan perimbangan, dan lain-lain pendapatan.”

Menurut Pasal 6, “Pendapatan Asli Daerah (PAD) bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain PAD yang sah, meliputi: hasil penjualan kekayaan daerah yang dipisahkan, jasa giro, pendapatan bunga, keuntungan selisih nilai kurs rupiah terhadap mata uang asing, komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan atau pengadaan barang dan atau pengadaan jasa oleh daerah. Perubahan UU-PDRD memuat empat jenis baru, salah satunya Pajak yang mengatur untuk restoran dan kafe yaitu Pajak Restoran.

Tujuan dari pengalihan Pajak Restoran menjadi pajak daerah sesuai dengan Undang-undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (PDRD) yaitu untuk meningkatkan *local taxing power* pada Kabupaten/Kota, antara lain:

1. Memperluas objek pajak daerah dan retribusi daerah
2. Menambah jenis pajak daerah dan retribusi daerah
3. Memberikan keputusan penetapan tarif pajak kepada daerah
4. Menyerahkan fungsi pajak sebagai instrumen penganggaran dan pengaturan pada daerah.

(sumber: pajak.go.id)

Berdasarkan penelitian sebelumnya, peneliti merasa bahwa penelitian ini penting karena daya beli adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu barang dimana dalam hal ini barang yang dikenakan pajak.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena-fenomena di atas, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah terkait, antara lain:

1. Belum meratanya pengetahuan masyarakat tentang penambahan pajak restoran
2. Adanya sikap wajib pajak atau konsumen yang kurang baik saat mengetahui adanya penambahan pajak dalam membayar menu makanan dan minuman
3. Kurangnya pemahaman wajib pajak atau masyarakat terhadap manfaat dan pentingnya membayar pajak

kemudian pada penelitian ini, peneliti mengubah objek penelitian yaitu pengenaan Pajak Restoran pada produk kedai kopi. Ketidaktahuan dan pemahaman pajak yang mereka bayarkan itu dan banyak dari wajib pajak pengelola restoran yang sering kali keliru terhadap pajak yang harus dikenakan membuat penulis ingin meneliti lebih jauh tentang hal tersebut sehingga penulis merumuskannya pada penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengenaan Pajak Restoran Pada HargaProduk Kedai Kopi Bengawan Solo Coffee Terhadap Keputusan Pembelian di Wilayah Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta Tangerang Banten ”**

B. Ruang Lingkup Penelitian

Penulis hanya akan fokus pada permasalahan penelitian yang membahas tentang Pengaruh pengenaan Pajak Restoran pada harga produk kedai kopi Bengawan Solo Coffee terhadap keputusan pembelian pada kedai kopi wilayah Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta Terminal 2D Kedatangan.

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian. Variabel independen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah. Pengaruh Pengenaan Pajak Restoran Pada Harga Produk Kedai Kopi Bengawan Solo Coffee di Wilayah Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta Tangerang Banten.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penulis dapat merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut : Seberapa besar pengaruh Pajak Restoran terhadap keputusan pembelian?

BAB II

KAJIAN LITERATUR

A. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai bahan acuan atau tolak ukur dalam mengerjakan penelitian ini adalah:

- a. Penelitian dilakukan sebelumnya oleh Bayu Triyanto (2014) dalam penelitiannya yang berjudul " Analisis Pengaruh Produk, Promosi,Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian"
- b. Penelitian terdahulu juga dilakukan oleh Nur Setyo Wibowo (2014), dengan penelitian yang berjudul "Pengaruh Pajak Restoran Terhadap Penerimaan PAD Pada Penerimaan Daerah Kabupaten Rokan Hulu."
- c. Penelitian terdahulu juga dilakukan oleh Dyah Ayu kusumawardani (2011), dengan penelitian yang berjudul "Studi Mengenai Keputusan Pembelian Wedding And Event Organizer."
- d. Penelitian terdahulu juga dilakukan oleh Diana Indah Pertiwi (2013), dengan penelitian yang berjudul "Studi Mengenai Keputusan Pembelian Wedding And Event Organizer."

Penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai bahan acuan untuk melakukan penelitian tersebut secara ringkas akan ditampilkan peneliti dan sebuah tabel penelitian terdahulu, di tampilkan di tabel II.1 berikut ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu	Indikator	Hasil Penelitian
Bayu Triyanto (2014), dengan penelitian yang berjudul, "Analisis pengaruh produk, promosi, harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian"	Indikator: pengenalan masalah, pencarian Informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau tidak, perilaku pembelian. Dimensi: adanya solusi yang tepat bagi konsumen dan tindakan konsumen pasca pembelian produk	Bahwa Produk, Promosi, harga dan tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
Dyah Ayu kusumawardani (2011), Studi Mengenai Keputusan Pembelian Wedding And Event Organizer.	Indikator: Berfikir lama dalam memutuskan karena faktor lingkungan, melakukan pertimbangan dengan mengumpulkan data / informasi, dan cepat memutuskan Dimensi: 1. Tangibles, atau bukti fisik yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. 2. Empathy, yaitu syarat untuk peduli, memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.	Hal ini berarti bahwa semakin baik penerimaan konsumen mengenai harga yang kompetitif, maka semakin besar keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.
Nur Setyo Wibowo (2014), Pengaruh Pajak Restoran Terhadap Penerimaan PAD Pada Penerimaan Daerah Kabupaten Rokan Hulu.	Indikator: Dengan memahami sesuatu berarti seseorang dapat mempertahankan, membedakan, menduga menerangkan, menafsirkan, memerkirakan, menentukan, memperluas, menyimpulkan, menganalisis, memberi contoh, menuliskan kembali, mengklasifikasikan, dan mengikhtisarkan Dimensi: dengan Adanya Pajak Restoran menambah dan mempengaruhi pendapatan negara	Pengetahuan, pemahaman, kesadaran konsumen untuk membayar pajak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

Diana Indah Pertiwi (2013), Analisis Potensi Pajak Restoran Di Kawasan Wisata Anyer Kabupaten Serang.	<p>Indikator: Pertumbuhan potensi dari dasar pengenaan pajak itu sendiri.</p> <p>Dimensi: Sebagai kemudahan untuk memungut pertumbuhan pajak tersebut elastisitas dapat diukur dengan membandingkan hasil penerimaan selama beberapa</p>	Pertumbuhan penerimaan Pajak Hotel dan Pajak Restoran mengalami fluktuasi.
---	--	--

B. Kajian Pustaka

1. Teori Perilaku Konsumen

Alasan mengapa seseorang membeli produk tertentu atau alasan mengapa membeli pada penjual tertentu akan merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan dalam menentukan desain produk, harga, saluran distribusi, dan program promosi yang efektif, serta beberapa aspek lain dari program pemasaran perusahaan

○ Perilaku konsumen rasional

Suatu kegiatan konsumsi bisa dikatakan rasional jika beberapa hal yang perlu diperhatikan :

Produk tersebut bisa memberikan kepuasan dan nilai guna yang optimal, Produk tersebut memang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen, Kualitas atau mutu produk tersebut terjamin atau baik, Harga suatu produk sesuai dan setara dengan kemampuan yang dimiliki oleh konsumen.

- Perilaku konsumen irasional

Perilaku irasional adalah kebalikan dari perilaku rasional. Suatu perilaku yang dilakukan oleh konsumen bisa dikatakan irasional apabila konsumen melakukan pembelian produk tanpa memperkirakan kegunaan dari produk tersebut, contoh perilaku irasional antara lain :

Tertarik dan terpukau pada promosi dan iklan dari suatu produk baik melalui media cetak, elektronik ataupun social, Merk yang dimiliki hanya merk terkenal, dan Mengutamakan gengsi atau prestise.

a) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen kebudayaan, faktor sosial, pribadi, psikologis. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1) Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku pembentuk paling dasar. Anak-anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarga dan lembaga-lembaga penting lainnya. Masing-masing budaya

terdiri dari sejumlah sub-budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Sub-budaya mencakup kebangsaan, suku, agama, ras, kelompok bagi para anggotanya. Ketika sub-budaya menjadi besar dan cukup makmur, perusahaan akan sering merancang program pemasaran yang cermat disana.

2) Faktor sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen di pengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok acuan, keluarga, peran, dan status sosial. Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

Peran dan status sosial seseorang menunjukkan kedudukan orang itu setiap kelompok sosial yang ia tempati. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status.

Contoh, seorang yang memiliki peran sebagai manajer dan status yang lebih tinggi dari pegawai kantor, dimana ia juga memiliki banyak keluarga dan anak, tentu ia akan tertarik dengan produk mobil dari Toyota, karena ada kesesuaian antara kebutuhan

dan keunggulan Toyota sebagai mobil keluarga ideal terbaik Indonesia, ia bahkan juga bisa membeli pakaian mahal dan juga keluarganya, membeli rumah besar untuk keluarganya dan lain-lain.

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

3) Faktor pribadi

Keputusan membeli juga di pengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, juga nilai dan gaya hidup pembeli. Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan.

4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang. Titik awal untuk memahami perilaku konsumen adalah adanya rangsangan pemasaran luar seperti ekonomi, teknologi, politik, budaya. Satu perangkat psikologi berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan dan keputusan pembelian. Tugas

pemasar adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen antara datangnya rangsangan pemasaran luar dengan keputusan pembelian akhir. Empat proses psikologis (motivasi, persepsi, ingatan dan pembelajaran) secara fundamental, mempengaruhi tanggapan konsumen terhadap rangsangan pemasaran. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa ke 4 faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen, apabila salah satu faktor tersebut tidak ada pada diri konsumen maka dapat mempengaruhi perilaku konsumen pada kehidupan sehari-harinya.

Sedangkan menurut James F. Engel – Roger D Blackwell-Paul W. Miniart dalam saladin terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu : Pengaruh lingkungan, terdiri dari budaya, kelas sosial, keluarga dan situasi. Sebagai dasar utama perilaku konsumen adalah memahami pengaruh lingkungan yang membentuk atau menghambat individu dalam mengambil keputusan berkonsumsi mereka. Konsumen hidup dalam lingkungan yang kompleks, dimana perilaku keputusan mereka dipengaruhi oleh keempat faktor tersebut diatas.

Perbedaan dan pengaruh individu, terdiri dari motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. Perbedaan individu merupakan faktor internal (interpersonal) yang menggerakkan serta mempengaruhi perilaku.

Kelima faktor tersebut akan memperluas pengaruh perilaku konsumen dalam proses keputusannya.

Proses psikologis, terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Ketiga faktor tersebut menambah minat utama dari penelitian konsumen sebagai faktor yang turut mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

b) Teori perilaku konsumen

Dalam perekonomian ada tiga pelaku penting, yaitu produsen, konsumen dan distributor. Namun dalam ulasan kali ini kita akan membahas tentang satu pelaku yang memiliki peran penting dalam jalannya perekonomian suatu negara yaitu konsumen. Konsumen adalah pelaku ekonomi yang melakukan kegiatan konsumsi. Dimana mereka membeli atau menggunakan suatu produk baik barang ataupun jasa. Dalam melakukan kegiatan atau aktivitasnya pasti akan nampak tentang perilaku yang dilakukannya, perilaku ini lebih dikenal dengan perilaku konsumen.

Perilaku konsumen adalah sebuah proses yang dilakukan oleh seseorang atau suatu organisasi berupa kegiatan mencari, membeli, menggunakan, menikmati, mengevaluasi serta melepas produk yang telah mereka pakai atau nikmati (dikonsumsi) untuk melakukan kegiatan konsumsi memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen berlaku pada beberapa tahap, yaitu pada tahap awal sebelum pembelian, saat pembelian dan setelah pembelian. Sebelum

melakukan pembelian para konsumen menggali informasi tentang produk yang mereka inginkan. Sedangkan pada tahap pembelian, konsumen akan melakukan transaksi dengan produsen, membayar produknya. Dan pada tahap setelah pembelian, konsumen menggunakan dan menikmati produk yang dibelinya, melakukan evaluasi serta melepas atau membuang produknya ketika mereka sudah bosan.

Dilihat dari pengkonsumsian suatu produk perilaku konsumen mempunyai beberapa teori, yaitu :

1) Teori Ekonomi Mikro.

Teori ini beranggapan bahwa setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan maksimal. Mereka akan berupaya meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk apabila memperoleh kepuasan dari produk yang telah dikonsumsi, di mana kepuasan ini sebanding atau lebih besar dengan marginal utility yang diturunkan dari pengeluaran yang sama untuk beberapa produk yang lain;

2) Teori Psikologis.

Teori ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. Bidang psikologis ini sangat kompleks dalam menganalisa perilaku konsumen, karena proses mental tidak dapat diamati secara langsung;

3) Teori Antropologis.

Teori ini juga menekankan perilaku pembelian dari suatu kelompok masyarakat yang ruang lingkupnya sangat luas, seperti kebudayaan, kelas-kelas sosial dan sebagainya. Pengertian Pemasaran menurut Stanton adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Stanton, 1997). Pengertian pemasaran menurut Kotler (2000: 8), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain. Dalam hal ini pemasaran merupakan proses pertemuan antara individu dan kelompok dimana masing-masing pihak ingin mendapatkan apa yang mereka butuhkan/inginkan melalui tahap menciptakan, menawarkan, dan pertukaran.

4) Teori Marketing (Pemasaran)

Secara substantif pemasaran (atau manajemen pemasaran) dan pemasaran stratejik memiliki perbedaan dalam beberapa aspek seperti kerangka waktu, proses keputusan, hubungan dengan lingkungan dan lainnya (Jain, 2000:32). Aspek waktu dari manajemen pemasaran bersifat jangka pendek dan keputusan

yang diambil berkaitan dengan waktu tertentu, proses keputusan cenderung top-down, serta lingkungan dianggap konstan. Sedangkan pemasaran stratejik bersifat jangka panjang dan keputusan yang diambil memiliki implikasi jangka panjang, proses keputusan cenderung bottom-up, serta lingkungan dianggap sering berubah dan dinamis.

Cravens dan Piercy (2003:31-32) mengemukakan bahwa pemasaran stratejik merupakan proses market-driven dari pengembangan strategi yang mempertimbangkan perubahan lingkungan dan kebutuhan untuk menawarkan superior customer value. Fokus dari pemasaran stratejik yaitu pada kinerja organisasi. Dalam hal ini, pemasaran stratejik menghubungkan organisasi dengan lingkungan serta memandang pemasaran sebagai suatu fungsi yang memiliki tanggung jawab melebihi fungsi lain dalam keseluruhan aktivitas bisnis (Sucherly, 2004:20).

Proses pemasaran stratejik meliputi empat tahapan, yaitu: analisis situasi stratejik, penyusunan strategi pemasaran, pengembangan program pemasaran, serta implementasi dan pengendalian strategi pemasaran. Ini sesuai dengan yang dikemukakan Cravens dan Piercy (2003:32), sebagai berikut:

Strategic, situation, analysis, Designing, marketing strategy, Marketing, program, Development, Implementing, and managing marketing strategy.

c) Pengertian Pajak

Adriani yang dikutip oleh Sumarsan (2010:3) yaitu pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) dan wajib membayarnya menurut Peraturan-Peraturan Umum (Undang-Undang) dengan tidak mendapat interprestasi kembali dan di gunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintahan.

Rahmat Soemitro yang dikutip oleh Mardiasmo (2009:1) pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Waluyo (2007) pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh wajib pajak dan wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat interprestasi kembali, langsung dirunjuk, dan digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.

Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang sangat penting dalam menopang pembiayaan pembangunan yang bersumber dari negara. Besar kecilnya pajak akan menentukan kapasitas anggaran negara dalam membiayai pengeluaran negara baik untuk membiayai pembangunan maupun untuk pembiayaan anggaran rutin. (Yan yan 2013:2).

Sumarsan (2010:4) menyimpulkan bahwa pajak adalah satu pengalihan sumber dari sektor swasta ke sektor pemerintah, bukan akibat pelanggaran hukum, namun wajib dilaksanakan, berdasarkan ketentuan yang ditetapkan lebih dahulu, tanpa mendapat imbalan secara langsung dan proporsional agar pemerintah dapat melaksanakan tugas-tugasnya dalam menjalankan pemerintahan.

Undang-Undang Nomor 28 tahun 2007 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan pasal 1 ayat 1, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besar kemakmuran rakyat. Definisi tersebut lebih memfokuskan pada fungsi budgetair dari pajak.

Sumarsan (2010:4) menyimpulkan bahwa ciri-ciri pajak antara lain:

- Pajak dipungut oleh negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah berdasarkan Undang-Undang serta aturan pelaksanaannya.
- Pungutan pajak mengisyaratkan adanya alih dana (sumber daya) dari sektor swasta ke sektor negara.
- Pungutan pajak diperuntukkan bagi keperluan pembiayaan umum pemerintah dalam rangka menjalankan fungsi pemerintahan, baik rutin maupun pembangunan.

- Tidak ditunjukkan adanya imbalan (kontraprestasi) individual oleh pemerintah terhadap pembayaran pajak yang dilakukan oleh para wajib pajak.
- Selain berfungsi sebagai anggaran, pajak juga berfungsi sebagai alat untuk mengatur untuk melaksanakan kebijakan negara di bidang sosial dan ekonomi

luran Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang bersumber dari masyarakat untuk membiayai semua kegiatan pemerintahan maupun yang dipergunakan untuk kepentingan pembangunan.

Menurut Agung (2011: 1), "Definisi pajak adalah salah satu cara untuk mewujudkan kemandirian suatu bangsa atau negara dalam pembiayaan pembangunan yaitu menggali sumber dana yang berasal dari dalam negeri."

Menurut Sudirman dan Amiruddin (2012: 3), "Definisi pajak memiliki ciri-ciri pajak yang meliputi; dipungut berdasarkan Undang-undang/aturan hukum, merupakan peralihan kekayaan orang/ badan ke kas negara, tidak ada imbalan langsung yang dapat ditunjukkan dalam pembayaran pajak secara individual, dapat dipaksakan, pembayaran berulang-ulang atau sekaligus, untuk membiayai pengeluaran pemerintah, alat untuk mencapai tujuan tertentu, serta pemungutan dapat langsung maupun tidak langsung."

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran wajib yang bersifat memaksa masyarakat melalui proses peralihan kekayaan kepada pemerintah berdasarkan peraturan perpajakan.

d) Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Sumarsan (2010:14) sistem pemungutan pajak dibagi menjadi tiga yaitu:

1) Official Assessment System

Official Assessment system adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

Ciri-cirinya :

- Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus
- Wajib pajak bersifat pasif
- Utang pajak timbul setelah dikeluarkan Surat Ketetapan Pajak

2) Self Assessment System

Self assessment system adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang sepenuhnya kepada wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang terutang.

Ciri-cirinya yaitu :

- Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada ada wajib pajak sendiri
- Wajib pajak aktif, mulai dari menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri pajak terutang
- Fiskus tidak ikut campur hanya mengawasi

3) Withholding System

Withholding system adalah suatu sistem pemungutan pajak memberi wewenangan kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak. Ciri-cirinya: Wewenang menentukan besarnya pajak terutang ada pada pihak ketiga, pihak selain fiskus dan wajib pajak.

e) Teori Efektivitas Pemungutan Pajak

Menurut Saxena dalam buku Teori,Perilaku dan Budaya organisasi (2010:176), yaitu: Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kualitas, kuantitas, waktu) telah

dicapai. Makin besar target pajak yang dicapai, maka semakin tinggi tingkat efektivitas.

1) Teori Asuransi

Negara melindungi keselamatan jiwa, harta benda, dan hak-hak rakyatnya. Oleh karena itu rakyat harus membayar pajak yang diibaratkan sebagai suatu premi asuransi karena memperoleh jaminan perlindungan tersebut.

2) Teori kepentingan

Pembagian beban pajak kepada rakyat didasarkan pada kepentingan (misalnya perlindungan) masing-masing orang . Semakin besar kepentingan seseorang terhadap negara, makin tinggi pajak yang harus dibayar.

3) Teori daya pikul

Beban pikul untuk semua orang harus sama beratnya, artinya pajak harus dibayar sesuai dengan daya pikul masing-masing orang. Untuk mengukur daya pikul dapat digunakan dua pendekatan yaitu:

- Unsur Objektif, dengan melihat besarnya penghasilan atau kekayaan yang dimiliki seseorang.
- Unsur subjektif dengan memperhatikan besarnya kebutuhan materil yang harus dipenuhi.

4) Teori Bakti

Dasar keadilan pemungutan pajak terletak pada hubungan rakyat dengan negaranya. Sebagai warga negara yang berbakti rakyat selalu menyadari bahwa membayar pajak adalah suatu kewajiban.

5) Teori asas daya beli

Dasar keadilan terletak pada akibat pemungutan pajak. Maksudnya menarik pajak berarti menarik daya beli dari rumah tangga masyarakat untuk rumah tangga negara. Selanjutnya negara akan menyalurkannya kembali ke masyarakat dalam bentuk pemeliharaan kesejahteraan masyarakat.

f) Fungsi pajak

Widyaningsih (2011:3) mengatakan: Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya sebagai sumber pembiayaan dan pembangunan Negara. Berdasarkan hal di atas maka pajak mempunyai beberapa fungsi, yaitu:

1) Fungsi Anggaran (*Budgetair*)

Fungsi Anggaran (*Budgetair*). Sebagai sumber utama pendapatan negara, pajak berperan untuk membiayai seluruh pengeluaran negara. Dalam melaksanakan tugas rutin negara serta menjalankan pembangunan, negara memerlukan biaya dan biaya tersebut bisa diperoleh dari pungutan pajak. Dalam

pengeluaran rutin negara, biasanya digunakan untuk biaya seperti belanja barang, belanja pegawai, pemeliharaan dan lain lain. Dalam membiayai pembangunan, uang yang digunakan dari tabungan pemerintah, tabungan ini berasal dari seluruh penerimaan yang diperoleh baik dari pajak dan non pajak dikurangi oleh pengeluaran rutin negara. Pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

2) Fungsi Mengatur (*Regulerend*)

Pertumbuhan ekonomi bisa diatur melalui kebijakan pajak, dengan menggunakan fungsi mengatur, pajak dapat dipergunakan sebagai alat dalam mencapai tujuan. Contohnya kebijakan mengenai keringanan pajak atau fasilitas pajak tertentu oleh negara bagi pihak pihak yang dikehendaki dan diperlukan. Contoh, pemberian insentif keringan pajak mengenai industri galangan kapal, Dimana saat ini industri galangan kapal sulit berkembang dan mayoritas berasal dari luar negeri sehingga menimbulkan potensi pertumbuhan ekonomi dibidang kelautan. Untuk itu pemerintah perlu untuk memajukan industri galangan kapal dalam negeri dengan memberikan insentif pajak kepada industri galangan kapal agar bisa dengan cepat melaju dan bersaing dengan galangan kapal di luar negeri. Pajak merupakan sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang social dan ekonomi. Contoh: Pajak yang

tinggi dikenakan terhadap minuman keras untuk mengurangi konsumsi minuman keras, dan tarif pajak untuk ekspor sebesar 0%, untuk mendorong ekspor produk Indonesia di pasaran dunia.”

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan di bidang sosial dan ekonomi. Misalnya PPnBM untuk barang-barang mewah, hal ini diterapkan pemerintah dalam upaya mengatur agar tingkat konsumsi barang-barang mewah dapat dikendalikan. Fungsi ini mempunyai pengertian bahwa pajak dapat dijadikan sebagai instrumen untuk mencapai tujuan tertentu. Sebagai contoh, ketika pemerintah berkeinginan untuk melindungi kepentingan petani dalam negeri, pemerintah dapat menetapkan pajak tambahan seperti pajak impor atau bea masuk, atas kegiatan importasi komoditas tertentu. Contoh yang lain, ketika Jokowi berusaha mengatasi kemacetan di Jakarta, salah satu alternatif yang diusulkan adalah penerapan ERP (Electronic Road Pricing). ERP ini pun salah satu bentuk implementasi pajak sebagai alat pengatur.

3) Fungsi Penerimaan

Pajak berfungsi sebagai sumber dana yang diperuntungkan bagi pembiayaan pengeluaran-pengeluaran pemerintah. Dalam APBN, pajak merupakan sumber penerimaan dalam negeri. Pemerintah membutuhkan dana untuk membiayai pembangunan infrastruktur, seperti jalan raya dan jembatan. Kebutuhan akan dana itu dapat dipenuhi melalui pajak yang hanya dibebankan kepada mereka

yang mampu membayar pajak. Namun demikian, infrastruktur yang dibangun tadi, dapat juga dimanfaatkan oleh mereka yang tidak mampu membayar pajak.

4) Fungsi Stabilitas

Fungsi ini berhubungan dengan kebijakan untuk menjaga stabilitas harga (melalui dana yang diperoleh dari pajak) sehingga laju inflasi dapat dikendalikan. Dengan uang hasil pajak, Pemerintah mempunyai dana dalam melaksanakan kebijakan yang berkaitan dengan stabilitas harga dan tingkat inflasi bisa dikendalikan. Hal ini dapat dijalankan dengan mengatur peredaran uang yang ada di masyarakat, pemungutan pajak serta penggunaan dana pajak secara efektif dan efisien

5) Fungsi Redistribusi,

Dalam fungsi ini lebih ditekankan unsur pemerataan dan keadilan dalam masyarakat. Fungsi ini terlihat dari adanya lapisan tarif dalam pengenaan pajak. Contohnya dalam pajak penghasilan, semakin besar jumlah penghasilan maka akan semakin besar pula jumlah pajak yang terutang. Pajak yang diperoleh negara akan dipergunakan untuk kepentingan umum termasuk didalamnya membiayai pembangunan. Hal ini bisa membuka lapangan kerja yang ujungnya juga akan bisa meningkatkan pendapatan masyarakat.

6) Fungsi Demokrasi,

Pajak dalam fungsi demokrasi merupakan wujud sistem gotong-royong. Fungsi ini dikaitkan dengan tingkat pelayanan pemerintah kepada masyarakat pembayar pajak.

Di samping uraian di atas, Dalam kaitan dengan pembangunan dan kesejahteraan negara, pajak memiliki peranan penting untuk menunjang tercapainya suatu masyarakat yang makmur dan adil secara merata, karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran pembangunan. Mardiasmo (2011: 1) mengemukakan, “terdapat dua macam fungsi pajak, yaitu:

g) Jenis-jenis Pajak

Secara umum pajak yang berlaku di Indonesia dapat dibedakan menjadi Pajak Pusat dan Pajak Daerah. Widyaningsih (2011: 3) mengatakan :

Pajak Pusat adalah pajak-pajak yang dikelola oleh Pemerintah Pusat yang dalam hal ini sebagian dikelola oleh Direktorat Jenderal Pajak Departemen Keuangan, sedangkan Pajak Daerah adalah pajak-pajak yang dikelola oleh Pemerintah Daerah baik di tingkat Provinsi maupun Kabupaten/ Kota. Pajak-pajak pusat yang dikelola oleh Direktorat Jenderal Pajak meliputi :

a) Pajak Penghasilan (PPh)

- b) Pajak Pertambahan Nilai (PPN)
- c) Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM)
- d) Bea Materai
- e) Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

Pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah baik Provinsi maupun Kabupaten/Kota meliputi :

- a) Pajak Provinsi
- b) Pajak Kabupaten/Kota

Selain itu, Pohan (2014: 67) juga mengemukakan:

Pajak dapat digolongkan ke dalam beberapa kelompok, sebagai berikut:

- a) Menurut Lembaga Pemungutnya

Terbagi atas Pajak Pusat dan Pajak Daerah. Pajak Pusat adalah pajak yang dipungut oleh Pemerintah Pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara. Contoh: PPh, PPN, PPnBM, dan Bea Materai. Pajak Daerah adalah pajak yang dikelola oleh Pemerintah Daerah dan hasilnya digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Pajak Daerah diatur dalam Undang-undang Pajak daerah dan Retribusi Daerah Nomor 28 Tahun 2009.

- b) Menurut Golongan

Terbagi atas Pajak Langsung dan Pajak Tidak Langsung. Pajak Langsung adalah pajak yang tidak dapat dibebankan atau

dilimpahkan ke pihak lain, tetapi harus dipikul sendiri oleh Wajib Pajak. Contoh: Pajak Penghasilan. Sedangkan Pajak Tidak Langsung adalah pajak yang dapat dibebankan atau dilimpahkan ke pihak lain. Contoh: PPN, PPnBM, Bea materai, dan Bea Balik Nama.

h) Asas- asas Pemungutan Pajak

Dalam melakukan pemungutan pajak, harus memiliki landasan serta dasar hukum yang kuat agar pemungutan tersebut dapat diterima oleh rakyat dan tidak menimbulkan gejolak sosial. Sudirman, Amiruddin (2012: 8) mengatakan :

terdapat tiga asas untuk melakukan pemungutan pajak dalam Pasal 23 (2) UUD 1945, yaitu:

- 1) Asas Domisili (Tempat Tinggal), merupakan dasar yang menyatakan bahwa pajak dipungut berdasarkan domisili wajib pajak dalam suatu negara tanpa melihat/memperhatikan dari mana asal pendapatan/penghasilan, serta kebangsaan Wajib Pajak.
- 2) Asas Sumber, merupakan dasar yang menyatakan pajak dipungut berdasarkan pendapatan/penghasilan Wajib Pajak dalam suatu negara tanpa melihat domisili atau kewarganegaraan Wajib Pajak.

- 3) Asas Kebangsaan (*Nationalitiet*), merupakan menyatakan bahwa pajak dipungut berdasarkan kewarganegaraan/kebangsaan Wajib Pajak tanpa melihat domisili dan sumber pendapatan Wajib Pajak.

Pohan (51: 2014) mengemukakan asas pemungutan pajak menurut falsafah hukum, masih ada tiga asas pemungutan pajak dalam literatur, antara lain:

1) Asas Yuridis

Asas ini mengemukakan supaya pemungutan pajak harus didasarkan pada undang-undang. Untuk Indonesia hal ini sesuai dengan bunyi yang tercantum dalam Pasal 23A UUD 1945 (yang telah diamandemenkan) yang berbunyi, "Pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan Negara diatur dengan Undang-undang."

2) Asas Ekonomis

Aspek ekonomis pajak tersebut sudah tercakup dalam dua (2) fungsi pajak yaitu fungsi *budgetair* dan fungsi mengatur (*regulerend*). Kedua fungsi ini merupakan satu kesatuan dan harus berjalan secara bersamaan.

3) Asas Finansial

Menekankan efisiensi dalam memperlakukan undang-undang pajak. Setiap pemungutan pajak harus memperhatikan supaya

biaya yang dikeluarkan untuk memungut pajak haruslah jauh lebih rendah daripada jumlah pajak yang dipungut.

Menurut Adam Smith Dalam bukunya yang berjudul “Wealth of Nations” dengan konsep yang dikenal dengan The Four Maxims, ia menyebutkan bahwa ada 4 asas pemungutan pajak, yakni :

1) Asas Equality (keseimbangan atau keadilan)

Asas ini mengharuskan negara menyesuaikan dengan kemampuan dan penghasilan warga negaranya ketika ingin melakukan pemungutan pajak. Dengan ini negara tidak diperkenankan bertindak diskriminatif atau seenaknya sendiri dalam melakukan pemungutan pajak bagi wajib pajak (orang yang wajib membayar pajak). Keadilan di sini tidak berarti semua pihak membayar pajak yang sama namun harus sesuai dengan yang mereka miliki, misalnya ketika wajib pajak tersebut kemampuannya lebih dan harta yang dimiliki banyak, otomatis pajaknya juga tinggi, berbeda dengan wajib pajak yang memiliki kemampuan rendah atau standart, otomatis pajak yang dikenakan padanya juga standart. Inilah yang disebut dengan adil dalam asas pemungutan pajak ini.

2) Asas Certainty (kepastian hukum)

Pemungutan pajak harus ada aturan dan dasar yang jelas dengan sanksi hukum yang tegas, hal ini dimaksudkan agar pemungutan pajak tetap dalam koridor yang benar dan tidak ada penyelewengan. Penetapan pajak harus transparan dan sesuai

dengan hukum yang berlaku yaitu berupa Undang-undang yang berlaku di setiap negara. Dengan begitu wajib pajak yang tidak bersedia atau telat membayar pajak maka akan dikenakan sanksi atau hukuman berupa administrasi maupun pidana. Begitu pula dengan pihak yang berwajib jika melakukan penyelewengan dalam pemungutan pajak akan mendapatkan sanksi yang setimpal.

3) Asas Convenience of Payment (tepat waktu)

Pemungutan pajak harus dilaksanakan pada waktu yang tepat, dimana wajib pajak tidak keberatan atau kesulitan saat membayar tanggungan pajaknya. Tepat waktu disini diartikan pemungutan pajak dilaksanakan pada waktu itu, waktu dimana wajib pajak mendapat gaji ataupun mendapat hadiah. Hal ini dimaksudkan agar pajak tidak memberatkan para wajib pajak. Bisa kita bayangkan ketika wajib pajak telah membelanjakan harta yang dimilikinya dan ketika itu dipungut pajak, maka mereka akan merasa keberatan.

4) Asas Efficiency (efisiensi atau ekonomis)

Pelaksanaan pemungutan pajak harus dilakukan secara seefisien mungkin. Karena pada dasarnya pendapatan dari pemungutan pajak digunakan untuk biaya operasional suatu negara. Hal ini menunjukkan bahwa pemungutan pajak memang harus tepat dan benar agar tujuan dari pemungutan pajak bisa tercapai. Untuk lebih jelasnya arti dari efisiensi dalam

pemungutan pajak adalah biaya yang didapat dari pemungutan pajak lebih besar daripada biaya pelaksanaan pemungutan pajak.

2. Pajak Restoran

a) Pengertian dan Dasar Hukum Pajak Restoran

Pajak Restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran yang termasuk dalam ruang lingkup pajak daerah, sebelum meneliti tentang pajak restoran peneliti harus memahami tentang pajak daerah yang terdiri dari pajak restoran.

Menurut Tony Marsyahrul (2004:5) : “Pajak daerah adalah pajak yang di kelolah oleh pemerintah daerah (baik pemerintah daerah TK.I maupun pemerintah daerah TK.II) dan hasil di pergunakan untuk membiayai pengeluaran rutin dan pembangunan daerah (APBD)”.

Menurut Mardiasmo, (2002:5) : “Pajak adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang yang dapat di paksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di gunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah”.

Menurut Peraturan Daerah No. 29 tentang Pajak Restoran (2002:1) : “pajak restoran yang di sebut pajak adalah pungutan daerah atas pelayanan restoran. Restoran atau rumah makan

adalah : “Tempat menyantap makanan dan atau minuman yang disediakan dengan dipungut bayaran,tidak termasuk usaha jasa boga atau catering.

Objek Pajak yaitu setiap pelayanan yang disediakan dengan pembayaran di restoran. Subjek pajak orang pribadi atau badan yang melakukan pembayaran atas pelayanan restoran, Wajib pajak restoran yaitu Pengusaha restoran dan tarif pajak di tetapkan sebesar 10% (sepuluh persen).

Restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan/atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/catering.

- 1) Berdasarkan UU No.28 Tahun 2009
- 2) Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Pajak Restoran
- 3) Peraturan Bupati Nomor 16 Tahun 2011 tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Gorontalo Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Pajak Restoran

Mengenai Pajak Restoran bahwa sebelum berlakunya UU 28 tahun 2009 tersebut ” makanan dan minuman yang disajikan di hotel, restoran, rumah makan, warung, dan sejenisnya” juga bukan merupakan obyek PPN?

Untuk makanan dan minuman memang tidak dikenakan PPN, bukan hanya sejak disahkannya UU PPN yang baru, tapi atas

makanan di restoran dari dulu dikenakan Pajak Pembangunan atau biasa dikenal dengan sebutan PB1, yang tarifnya sama dengan tarif PPN sebesar 10% namun pengelolaannya dilakukan oleh Pemda, sekarang diatur lebih jelas lagi dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, disini dikenal dengan nama Pajak Restoran.

Perubahan Pasal 4a UU PPN terkait dengan makanan dan minuman tsb , yaitu penegasan bahwa pengecualian (yg termasuk bukan obyek PPN) tersebut juga termasuk untuk makanan dan minuman baik yang dikonsumsi di tempat maupun yang tidak - pesan antar, take away dkk- juga termasuk penyediaan makanan yang dilakukan oleh usaha katering.

“Memang konsumen seringkali salah mengira kalau itu adalah PPN, sebab besarnya sama-sama 10%. Padahal itu adalah Pajak Restoran yang dipungut oleh Pemda. Jadi itu bukan PPN,”

Konsumen diminta jangan sampai salah mengira dan protes kalau tetap ada pemungutan pajak 10% atas pembelian makanan di restoran, rumah makan, atau hotel. Sebab pajak tersebut adalah Pajak Restoran yang memang dipungut oleh Pemerintah Daerah.

Di dalam pasal 4A UU PPN baru, ada beberapa jenis barang yang bebas PPN adalah:

- 1) Barang hasil pertambangan atau hasil pengeboran yang diambil langsung dari sumbernya;

- 2) Barang kebutuhan pokok yang sangat dibutuhkan oleh rakyat banyak;
- 3) Makanan dan minuman yang disajikan di hotel, restoran, rumah makan, warung, dan sejenisnya, meliputi makanan dan minuman baik yang dikonsumsi di tempat maupun tidak, termasuk makanan dan minuman yang diserahkan oleh usaha jasa boga atau catering; dan Uang, emas batangan, dan surat berharga.

b) Objek dan Subjek Pajak Restoran

Objek Pajak Restoran adalah pelayanan yang disediakan oleh Restoran. Pelayanan yang disediakan Restoran meliputi pelayanan penjualan makanan dan/atau minuman yang dikonsumsi oleh pembeli, baik dikonsumsi di tempat pelayanan maupun di tempat lain. Berdasarkan ketentuan ini, maka layanan antar (delivery service) atau pemesanan dibawa (take away order), tetap dikenakan Pajak Restoran walaupun tidak menikmati fasilitas sarana restoran.

Tidak termasuk objek Pajak Restoran adalah pelayanan yang disediakan oleh Restoran yang nilai penjualannya tidak melebihi batas tertentu yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Dengan ketentuan pengecualian objek Pajak ini, maka tiap kabupaten/kota harus menetapkan besaran omzet usaha restoran yang tidak dikenakan Pajak Restoran.

Omzet restoran yang dikecualikan dari objek Pajak Restoran ditetapkan oleh masing-masing Pemda dengan besaran yang berbeda. Misalnya Pemprov DKI Jakarta semula menetapkan besaran omzet dalam rancangan Perda Pajak restoran senilai Rp.60.000.000,00 per tahun atau bila dihitung dalam satuan per hari hanya sebesar Rp.170.000,00. Kontroversi di media terjadi karena dengan besaran seperti itu, banyak usaha kuliner atau warung tegal yang akan masuk menjadi Wajib Pajak. Akhirnya diputuskan besaran omzet yang dikenakan Pajak Restoran sebesar Rp.200.000.000 per tahun..

c) Tarif Pajak Restoran

Berdasarkan UU Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Pajak Pembangunan satu (PB1) merupakan salah satu jenis pajak daerah yang dapat dipungut oleh daerah (pajak daerah). Adapun di Kota Tangerang sendiri berdasarkan Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 7 Tahun 2010 tentang pajak daerah yang di ubah menjadi Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2014.

Tarif pajak daerah menurut Mardiasmo (2011: 13) memiliki tarif untuk setiap jenis pajak adalah:

- 1) Tarif Pajak Air Permukaan ditetapkan paling tinggi sebesar 10%
- 2) Tarif Pajak Rokok ditetapkan sebesar 10% dari cukai rokok
- 3) Tarif Pajak Hotel ditetapkan paling tinggi sebesar 10%
- 4) Tarif Pajak Restoran ditetapkan paling tinggi sebesar 10%
- 5) Tarif Pajak Hiburan ditetapkan paling tinggi sebesar 35%

- 6) Tarif Pajak Reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25%
- 7) Tarif Pajak Penerangan Jalan ditetapkan paling tinggi sebesar 10%
- 8) Tarif Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan ditetapkan paling tinggi sebesar 25%
- 9) Tarif Pajak Parkir ditetapkan paling tinggi sebesar 30%
- 10) Tarif Pajak Air Tanah ditetapkan paling tinggi sebesar 20%
- 11) Tarif Pajak Sarang burung walet ditetapkan paling tinggi sebesar 10%
- 12) Tarif Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan ditetapkan paling tinggi sebesar 0,3%
- 13) Tarif Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan ditetapkan paling tinggi sebesar 5%.

d) Perhitungan Pajak Restoran

Berdasarkan pokok Pajak Restoran yang terutang, dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak yaitu 10% dengan dasar pengenaan pajak yaitu jumlah pembayaran yang diterima atau yang seharusnya diterima restoran. Rumus dan contoh perhitungan pajak restoran dibawah ini:

Pajak Restoran = Dasar Pengenaan Pajak X Tarif Pajak

Contoh Perhitungan :

Jumlah pembayaran yang diterima sesuai bill/dokumen lain =
Rp.15.000.000

Tarif Pajak = 10 %

Pajak Restoran = $15.000.000 \times 10\%$
= Rp. 1.500.000

Jadi setelah diadakan perhitungan pajak yang harus dibayarkan adalah sebesar Rp.1.500.000 ditambah harga pembelian Rp.15.000.000 menjadi Rp.16.500.000.

3. Variabel-variabel Penelitian

a) Definisi Pengenaan Pajak Restoran

Pengenaan identik dengan keharusan terhadap peraturan. Penambahan timbul karena kekhawatiran menerima sanksi hukuman apabila tidak melakukan tindakan sesuai dengan ketentuan yang ada, akhirnya ada dorongan dari luar dirinya. Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011, tentang Pajak Restoran adalah fasilitas penyedia makan dan/ minuman yang dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/ katering. Wajib pajak patuh yang ditetapkan menurut Keputusan Menteri Keuangan No.544/KMK.04/2000 sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Menteri Keuangan No.235/KMK.03/2003 sebagai Wajib Pajak badan pengelola restoran yang memenuhi kriteria tertentu. Kriteria tersebut adalah:

- 1) Tepat waktu dalam penyampaian Surat Pemberitahuan

- 2) Tidak mempunyai tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak
- 3) Laporan keuangan diaudit oleh Akuntan Publik atau lembaga pengawasan keuangan pemerintah dengan pendapat Wajar Tanpa Pengecualian selama 3 (tiga) tahun berturut-turut, dan
- 4) Tidak pernah dipidana karena melakukan tindakan pidana di bidang perpajakan berdasarkan putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap dalam jangka waktu 5(lima) tahun terakhir.

C. Kerangka Teori

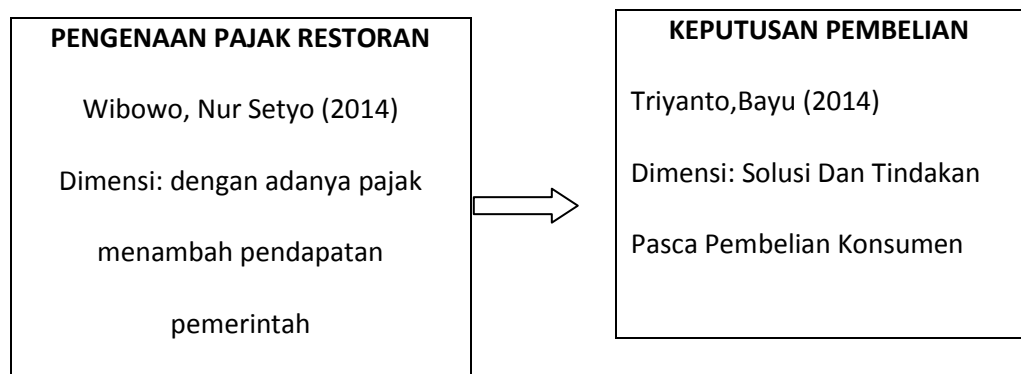
Pajak yang menjadi sumber penerimaan bagi negara, mengikuti perkembangan kehidupan sosial dan ekonomi negara serta masyarakat dari negara tersebut. Salah satu penerimaan pajak adalah Pajak Restoran yang hasil penerimaan pajaknya sebagian besar masuk ke kas daerah.

- a) Diduga pengaruh penambahan pajak restoran Terhadap keputusan pembelian.

Keputusan merupakan kecenderungan bagi seseorang untuk melakukan sebuah tindakan, berpikir, berekspresi, dan merasakan dalam menghadapi suatu objek, ide, situasi, dan nilai.reaksi yang ditimbulkan atas suatu objek dapat berasal dari diri sendiri dan juga dari orang lain. Jika seseorang mempunyai keputusan yang

mendukung atas suatu objek, maka cenderung akan melakukan suatu perilaku yang berpengaruh positif terhadap objek yang didukungnya. Perilaku tersebut diwujudkan sebagai keputusan pembelian.

Tabel 2.2 Model Penelitian



D. Hipotesis Penelitian

Pada penelitian ini berdasarkan latar belakang penelitian, ruang lingkup penelitian, perumusan masalah, kajian pustaka, dan kerangka teori yang dapat diambil suatu hipotesis.

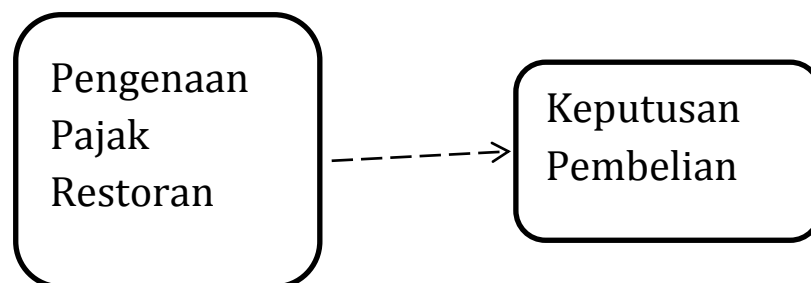
Hipotesis adalah dugaan sementara dari permasalahan penelitian yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- a) H_0 = Pengenaan Pajak Restoran terhadap produk kedai kopi Bengawan Solo Coffee tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

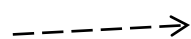
- b) H_a = Pengenaan Pajak Restoran terhadap produk kedai kopi Bengawan Solo Coffee berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian di atas, secara sistematis dapat digambarkan secara keseluruhan tentang penambahan Pajak Restoran terhadap keputusan pembelian yang merupakan kerangka konseptual dalam penelitian sebagai berikut :

Gambar 2.1 Model Penelitian



Keterangan :



= Secara Parsial

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Pajak Restoran terhadap keputusan pembelian.

B. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap hasil dari penelitian dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Aspek akademik

Menambah pemahaman dan pengetahuan lebih dalam dan luas mengenai Pajak Restoran bagi penulis dan peneliti berikutnya, terutama dalam bidang Pajak Restoran.

2. Aspek praktis

Hasil penelitian akan menjadi acuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk digunakan sebagai bahan acuan pelaksanaan kewajiban Pajak Restoran.

3. Aspek kebijakan

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi dalam mengambil dan mengevaluasi kebijakan yang berhubungan dengan keuangan daerah dalam rangka meningkatkan penerimaan Pajak Restoran Kabupaten Tangerang.

BAB IV

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ditujukan pada Bab I penelitian menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan Pengaruh penambahan Pajak Restoran pada produk kedai kopi Bengawan Solo Coffee terhadap keputusan konsumen di wilayah Bandar Udara Soekarno-Hatta Tangerang Banten.

B. Operasionalisasi Variabel

1. Definisi Operasional

Pengertian operasional variabel menurut Sugiyono (2010:58) adalah :
“Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dalam Melaksanakan reformasi adalah keputusan, dan kepercayaan konsumen atau wajib pajak dalam membayar makanan dan minuman dengan penambahan Pajak Restoran. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian merupakan petunjuk untuk mencari data maupun segala informasi di lapangan, baik menggunakan data sekunder, observasi maupun pengumpulan data primer dengan menggunakan metode survei.

Macam variabel penelitian ada dua yaitu variabel tergantung (*Dependent Variable*), dan variabel bebas (*Independent Variable*).

2. Kisi-Kisi Variabel

a. Variabel Dependen (Y)

“Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, atau konsekuen, dalam Bahasa Indonesia, dikenal sebagai variabel terikat.” (Ahmad, 2015: 128)

Tabel 4.1 Kisi-kisi Variabel Dependen

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Instrumen
Keputusan Pembelian(Y) Sumber: Triyanto,Bayu (2014)	Keputusan Konsumen	1. Adanya solusi yang tepat bagi konsumen	1,2
		2. Tindakan konsumen pasca pembelian produk	3,4

b. Variabel Independen variabel bebas(X)

Pengertian dari variabel bebas menurut Jonathan Sarwono dan Tutty Martadijera (2008:107) yaitu : “ Merupakan variabel yang dapat diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.”

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (independent variable) merupakan suatu variabel yang bebas dimana keberadaanya tidak dipengaruhi oleh variabel yang lain, bahkan variabel ini merupakan suatu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain.

Tabel 4.2_Kisi-kisi Variabel Independen

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Instrumen
Pengenaan Pajak Restoran(X) Sumber: Nur Setyo,Wibowo (2014)	Menambah pendapatan pemerintah	1. Nilai pajak terhadap pembelian konsumen	1,2
		2. Pajak menambah pendapatan pemerintah daerah	3,4

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Berikut ini teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis untuk melakukan penelitian:

1. Teknik Kuesioner

Dalam metode ini penulis gunakan sebagai metode utama dalam mengumpulkan data wajib pajak dengan cara menggunakan daftar

pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberi kuesioner. Kuesioner didistribusikan langsung pada wajib pajak atau pelanggan di wilayah Bengawan Solo Coffee Bandar Udara Soekarno-Hatta Kabupaten Tangerang kemudian diolah berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Dasar penggunaan metode ini adalah:

- a) Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari sejumlah responden yang menjadi objek penelitian.
- b) Pertanyaan yang diajukan kepada responden yaitu sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian
- c) Data yang terkumpul akan lebih mudah untuk dianalisis, serta menghemat waktu, tenaga dan biaya.
- d) Dalam kuesioner berisi beberapa pertanyaan tentang identitas responden.

Data-data yang diperoleh dari jawaban responden pengukuran variabel dependen maupun independen dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan skala likert. “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.” (Ahmad, 2015: 155). Dengan Skala Likert yang menggunakan lima poin, dimana semakin tinggi poin akan menunjukkan semakin tingginya Pengaruh konsumen sebagai wajib pajak dalam membayar Pajak Restoran.

2. Teknik Dokumentasi

“Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.” (Sugiyono, 2014: 396). Teknik dokumentasi adalah pengumpulan data tercetak mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai kriteria dan besarnya pelanggan di kedai kopi Bengawan Solo Coffee Bandara Soekarno-Hatta yang menjadi populasi dan sampel dalam penelitian tersebut.

D. Teknik Sampling

1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2008:115), “Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sebagai wajib pajak yang berkunjung ke kedai kopi Bengawan Solo Coffee area Bandar Udara Soekarno-Hatta Tangerang Banten berjumlah 10.000 orang pertahunnya.

2. Sampling Penelitian

Pengambilan sampel adalah suatu proses pemilihan dan penentuan jenis sampel serta penghitungan besarnya sampel yang akan menjadi

objek atau subjek penelitian. “Sampel adalah sebagian dari populasi itu. Populasi itu misalnya penduduk di wilayah tertentu, jumlah pegawai pada organisasi tertentu, jumlah guru dan murid di sekolah tertentu dan sebagainya.” (Sugiyono, 2010: 215).

Menurut Sugiyono (2008:116) “sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sedangkan menurut Arikunto (2008:116) “Penentuan pengambilan Sample sebagai berikut :

Apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 5%-10% atau 10%-15% atau lebih tergantung sedikit banyaknya dari:

- 1) Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana
- 2) Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya dana.
- 3) Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti untuk peneliti yang resikonya besar, tentu saja jika sampelnya besar hasilnya akan lebih baik

Dalam teknik ini penulis menggunakan metode *Simple Random Sampling* untuk mengumpulkan sampel. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan Simple Random Sampling. “Simple Random Sampling merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu” (Sugiyono, 2009: 120). Penelitian ini menggunakan

Simple Random Sampling dikarenakan seluruh anggota populasi diberikan peluang yang sama untuk menjadi sampel (probability sampling).

Dengan menggunakan simple random sampling ini, sampel yang diambil adalah beberapa konsumen di kedai kopi Bengawan Solo Coffee. Menurut Riduwan (2010: 55), “populasi homogen adalah sumber data yang unsurnya memiliki sifat yang sama sehingga tidak perlu mempersoalkan jumlahnya secara kuantitatif”. Dikarenakan populasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan sampel yang representatif penyusun menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

(Riduwan, 2010: 65)

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d² = presisi yang ditetapkan (5%)

Dengan menggunakan rumus di atas didapat jumlah sampel konsumen sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} \\ n &= \frac{45}{45 \cdot (0,5)^2 + 1} \\ n &= \frac{45}{45 \cdot 0.0025 + 1} = 40,44 \end{aligned}$$

Responden dalam penelitian adalah Konsumen Pengunjung yang datang ke bandar udara Soekarno-Hatta minimal 1 tahun.

- a. Responden yang dipilih sebagai sampel adalah Wajib Pajak yang memenuhi syarat obyektif yaitu memiliki objek Pajak Restoran yang dikenakan pajak dan memperoleh manfaat dari objek tersebut.
- b. Responden yang dipilih dalam penelitian adalah yang memiliki pendidikan terakhir minimal SMA atau SMK.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji di dalam model regresi. Uji ini dilakukan untuk meyakinkan bahwa variabel yang dibandingkan rata-rata mengikuti sebaran atau distribusi normal. Menurut Sunyoto (2013: 92) “uji asumsi klasik normalitas dalam diktat ini ada dua cara yaitu: cara statistik, dan cara grafik histogram dan normal *probability plots*”. Pada penelitian ini teknik uji normalitas menggunakan cara grafik histogram dan normal *probability plots*. Dalam menentukan suatu data berdistribusi normal atau tidak, cukup membandingkan antara data riil atau nyata dengan garis kurva yang terbentuk.

Cara grafik histogram lebih sesuai untuk data yang relative banyak, dan tidak cocok untuk jumlah data yang sedikit. Cara normal *probability plots* lebih handal daripada cara garifk histogram, karena cara ini membandingkan data riil dengan data distribusi normal secara kumulatif.

2. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

3. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis ini Uji Koefisien Determinasi R^2 , dan Uji t (Parsial).

a. Uji R^2

Uji R^2 atau koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui presentasi besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini untuk membantu pengolahan data secara cepat, dan tepat, maka pengolahan data

dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 24. Apabila nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Apabila nilainya mendekati angka satu berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variabel dependen. Uji R^2 ini dirumuskan:

$$R^2 = \text{Adjusted } R \text{ Square} \times 100\%$$

b. Uji t (Parsial)

Uji s merupakan uji lanjutan yang berfungsi untuk menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan penelitian sampel, maka diperlukan pengujian hipotesis (Uji t) untuk mengetahui keberartian koefisien korelasi. Maka hasil korelasi Pearson Product Moment tersebut diuji dengan Uji Signifikansi.

Hipotesis:

HO : $\rho = 0$ Pengenaan Pajak Restoran tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Ha : $\rho > 0$ Pengenaan Pajak Restoran berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Nilai signifikansi dapat di lihat pada tabel output korelasi pada kolom sig. Kaidah pengujian menggunakan software SPSS v.24 for Windows untuk pengujian signifikansi adalah jika nilai pada kolom Sig. lebih kecil dari 0,05, maka Ho

ditolak. Sedangkan jika pada kolom Sig. lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima.

F. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di area umum (publik) Kedai Kopi Bengawan Solo Coffee di Wilayah Bandar Udara Soekarno-Hatta Tangerang Banten.

BAB V

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan kedai kopi Bengawan Solo Coffee di Wilayah Bandara Soekarno-Hatta, Penyebaran kuesioner dilaksanakan pada tanggal 05 Juli 2017 sampai 10 Juli 2017

Kuesioner disebarikan kepada 40 responden. Dari 40 kuesioner yang disebarikan kepada responden, total kuesioner yang dapat diolah berjumlah 40 kuesioner.

2. Wilayah Kedai Kopi Bengawan Solo Coffee

Wilayah Kedai kopi Bengawan Solo Coffee berada di area Bandara Soekarno-Hatta tepatnya di terminal 2D pintu 1 kedatangan penumpang maskapai luar negeri yang terdapat di wilayah administratif Kota Tangerang Provinsi Banten. Wilayah Kabupaten Tangerang Banten terbentang antara 106°36' sampai 106°42' Bujur Timur (BT) dan 6°6' sampai 6°Lintang Selatan (LS).

(sumber: tangerangkota.go.id).

3. Deskripsi Data Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung ke kedai kopi Bengawan Solo Coffee di Wilayah Bandara Soekarno-Hatta. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 40 responden di kedai kopi Bengawan Solo Coffee, diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 5.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	28	53%
Perempuan	22	47%
Total	40	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak responden, dibandingkan jumlah responden perempuan sebanyak responden.

Sedangkan karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan sebagai berikut:

Tabel 5.2 Distribusi responden tingkat pendidikan

Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SMA/SMK	4	11%
D3	2	5%
S1	9	24%
S2	25	60%
Total	40	100%

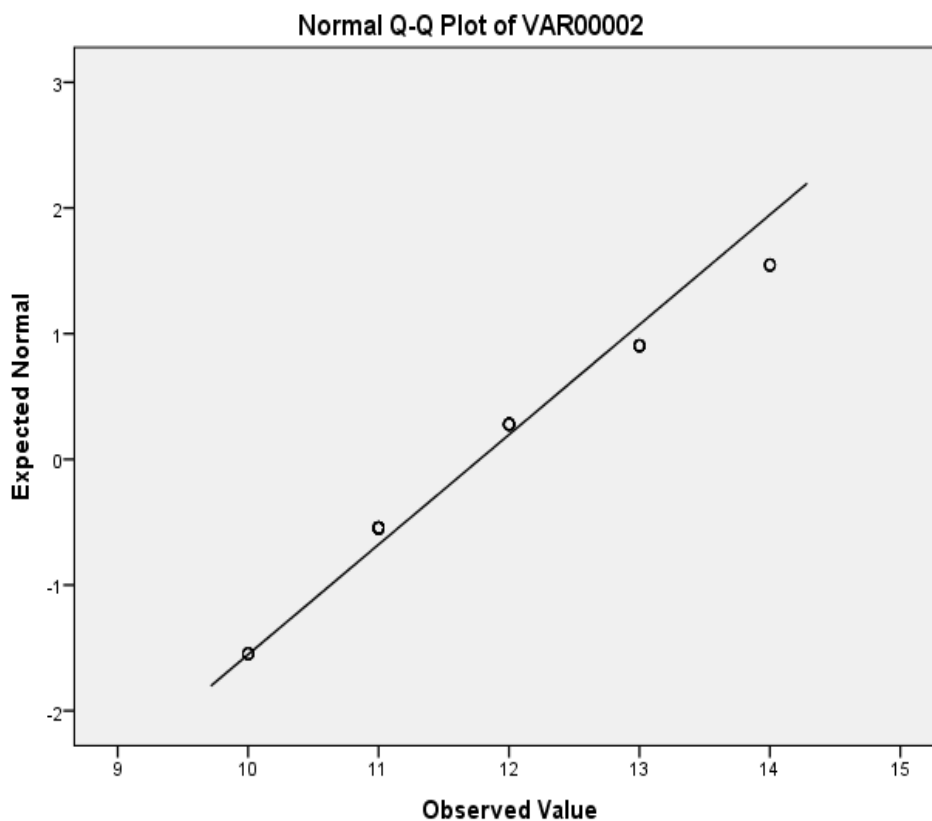
Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden paling banyak adalah Strata2 (S2) sebanyak 25 responden, peringkat kedua tingkat Strata1 sebanyak 9 responden, peringkat ketiga terbanyak adalah tingkat SMA/SMK sebanyak 4 responden, dan yang paling sedikit adalah Diploma3 (D3) sebanyak 2 responden.

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk meyakinkan bahwa sampel yang diujikan berdistribusi normal. Berikut ini adalah hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 24 sebagai berikut:

Tabel 5.3 Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan tabel di atas, tampilan grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi uji asumsi normalitas.

2. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan dalam penelitian untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi sederhana. Uji analisis regresi sederhana dalam penelitian digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel Pengenaan Pajak Restoran (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y). Hasil Uji Regresi Sederhana yang telah diperoleh, kemudian diolah menggunakan program SPSS versi 24.

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya pengaruh Pengenaan Pajak Restoran (X) secara simultan terhadap keputusan Pembelian (Y) dalam membayar Pajak Restoran dapat diketahui dari besarnya *Adjusted R Square* pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,547 ^a	,300	,281	,96926

a. Predictors: (Constant), VAR00001

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat nilai dari koefisien determinasi *adjusted R²* adalah 0,281. Nilai ini menunjukkan bahwa Pengenaan Pajak Restoran Kedai Kopi Bengawan Solo Coffee di Wilayah Bandara Soekarno-Hatta dipengaruhi sebesar 28,1% oleh variabel Keputusan Pembelian.

b. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji Signifikansi Parsial atau Uji t ini bertujuan untuk interpretasi koefisien independen. Untuk menentukan persamaan regresi dalam penelitian ini harus ditentukan besarnya konstanta serta koefisien regresi yang terdapat dalam tabel *Coefficients* sebagai berikut:

Tabel 5.5 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4,180	1,890		,033
	VAR00001	,565	,140	,547	,000

a. Dependent Variable: VAR00002

Berdasarkan tabel di atas, hasil hipotesis ini memiliki nilai konstanta sebesar 4,180 dan koefisien regresi sederhana pengenaan pajak restoran dan Keputusan pembelian masing-masing sebesar 0,565; sehingga hasil tersebut dapat dibuat persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 4,180 + 0,565x + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas memiliki makna bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,180 diartikan bahwa apabila seluruh variabel independen dianggap konstan yaitu pengenaan Pajak Restoran tersebut sebesar 4,180.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel keputusan pembelian sebesar 0,565 berarti apabila terjadi kenaikan sebesar satu kesatuan keputusan pembelian maka nilai Keputusan pembelian akan naik sebesar 0,565.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Pengenaan Pajak Restoran Pada Produk Kedai Kopi Bengawan Solo Coffee Terhadap Keputusan Pembelian Di Wilayah Bandara Soekarno-Hatta Tangerang Banten.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena nilai t hitung dibandingkan 2,026 t tabel variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 4,032 dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa Pengenaan Pajak Restoran (X) berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian pajak dalam membayar Pajak Restoran pada produk kedai kopi Bengawan Solo Coffee di Wilayah Bandara Soekarno-Hatta, karena pemahaman pajak yang mudah dimengerti oleh konsumen. Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bayu Triyanto (2014) dengan hasil pengujian hipotesis sebesar 3,082 dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil

ini menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian berpengaruh secara parsial terhadap pengaruh produk, promosi, harga dan tempat karena pelayanan pada Toko Sayegan Sport Sleman Yogyakarta Karena di anggap memudahkan konsumen.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh sikap dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, maka dapat kesimpulan dari penelitian ini adalah:

Ada pengaruh signifikan sebesar 56,5% antara pengenaan Pajak Restoran pada harga produk kedai kopi Bengawan Solo Coffee terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa pengetahuan tentang pajak (Pajak Restoran) oleh pelanggan terhadap keputusan pembelian berpengaruh signifikan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis sampaikan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua kalangan dalam pengenaan Pajak Restoran pada produk kedai kopi Bengawan Solo Coffee terhadap keputusan pembelian. Saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian tersebut adalah:

1. Diharapkan untuk pihak kedai kopi Bengawan Solo Coffee lebih proaktif dalam mensosialisasikan tentang pengaruh pengenaan Pajak Restoran pada produk kedai kopi Bengawan Solo Coffee yang akan dibeli oleh konsumen.
2. Bagi pihak konsumen kedai kopi Bengawan Solo Coffee diharapkan dapat lebih memahami pentingnya pajak sehingga keputusan

pembelian dalam pengenaan pajak restoran semakin lebih banyak presentasinya.

3. Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan melakukan penambahan variabel. Hal ini dikarenakan masih banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam membayar Pajak Restoran seperti penghasilan konsumen, pengetahuan konsumen, kualitas pelayanan, dan masih banyak lagi.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel penelitian, memperluas wilayah sampel penelitian dan dapat melakukan penelitian di wilayah lain sehingga nanti hasilnya digeneralisasikan untuk lingkup yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku

- Agung, Mulyo. 2007. *Perpajakan Indonesia TeoridanAplikasi*. Jakarta: Dinamikallmu.
- , 2011. *Perpajakan Indonesia Dasar-DasarPerpajakandanPPhWajibPajak Orang Pribadi*. Jakarta: Lenterallmu.
- Ahmad, Jamaludin. 2015. *MetodePenelitianAdministrasiPublikTeoridanAplikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodelogipenelitian*. Yogyakarta: BinaAksara.
- Hidayat, Achmad. 2012. *Tax Procedure and Practice*. Jakarta: LenterallmuCendekia
- Mardiasmo. 2011. *PerpajakanEdisiRevisi*. Yogyakarta: Andi.
- Nurmantu, Safri. 2010. *PengantarIlmuPerpajakan*. Jakarta: Granit.
- Pohan, Chairil Anwar. 2014. *PembahasanKomprehensifPengantarPerpajakanTeoridanKonsepHukumPajak*. Jakarta: MitraWacana Media
- Rahayu, SitiKurnia. 2010. *Perpajakan Indonesia*. Yogyakarta: SalembaEmpat.
- Ritonga, Rahman. 1997. *StatistikauntukPenelitianPsikologidanPenelitian*. Jakarta: LembagaPenerbitFakultasEkonomi UI.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *MetodePenelitianKuantitatifdanKualitatif*. Yogyakarta: Grahallmu.
- Sugiyono. 2003. *MetodePenelitianBisnis*. Bandung. PusatBahasaDepdiknas.
- Suandy, Erly. 2014. *HukumPajak*. Jakarta: Salemba.
- Sudirman, Rismawati, AntongAmiruddin. 2012. *PerpajakanPendekatanTeoridanPraktek*. Malang: EmpatDua Media.
- Sugiyono. 2007. *StatistikaUntukPenelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- , 2010. *StatistikaUntukPenelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- , 2014. *MetodePenelitianManajemen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *MetodologiPenelitianAkuntansi*. Bandung: PT. RefikaAditama.

Waluyo. 2008. *Pembahasan Sesuai Dengan Ketentuan Perundang-Undangan Perpajakan dan Aturan Pelaksanaan Perpajakan Terbaru*. Jakarta: Salemba Empat.

Widyaningsih, Aristanti. 2011. *Hukum Pajak dan Perpajakan Dengan Pendekatan Mind Map*. Bandung: CV. Alfabeta.

Lain-lain

Dotulong , Garry A.G.; Saerang , David P.E.; dan Poputra , Agus T. (2014). Analisis Potensi Penerimaan dan Efektivitas Pajak Restoran di Kabupaten Minahasa Utara. Manado: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 14 no. 2 - Mei 2014.

Joviana, Sally (2016). Pengaruh Pengetahuan, Pemahaman, dan Kesadaran Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Pada Produk Online Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepercayaan Konsumen. Jakarta: Universitas Mercu Buana

Paramita, Vidya. (2013). Pengaruh Hasil Pemungutan Pajak Hotel dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung (Study pada Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung). Bandung : Universitas Widyatama Bandung.

Putra, Adhe Riyansyah (2013). Pengelolaan pajak Restoran Di Kota Makassar (2010 – 2012) Makassar: Universitas Hasanuddin

Rizqiyah, Iftakur. (2014). Pengaruh Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, dan Pajak Parkir terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang (2009-2013). Semarang : Universitas Dian Nuswantoro Jurusan Akuntansi FEB.

Sari, Dewi Nirmala. (2014). Analisis Kontribusi Pajak Hotel, Restoran, Reklame, dan Pajak Parkir terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surakarta. (Studi pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Surakarta pada Tahun 2010-2013). Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sari, Dewi Nirmala. (2014). Analisis Kontribusi Pajak Hotel, Restoran, Reklame, dan Pajak Parkir terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surakarta. (Studi pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Surakarta pada Tahun 2010-2013). Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta

Triyanto, Bayu (2014). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian. DIY Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Website

www.bpn.go.id

www.jdihukum.tangeranngkota.go.id/

www.pajak.go.id

http://en.wikipedia.org/wiki/Coffee_shop

LAMPIRAN

A. Mohon berikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dengan jawaban yang bapak/Ibu/Saudara/i anggap sesuai dengan kondisi yang berlaku.

1. Jenis Kelamin:

a. Laki-laki

☐

b. Perempuan

☐

2. Usia:

a. < 20 tahun

☐

b. 20 – 29 tahun

☐

c. 30 – 39 tahun

☐

d. > 40 tahun

☐

3. Pekerjaan:

a. Pelajar/Mahasiswa

☐

c. PNS

☐

b. Wiraswasta

☐

d. Pegawai Swasta

☐

e. Lainnya

☐

4. Pendapatan Perbulan:

a. < Rp 3.000.000

☐

c. Rp 4.000.000 - 5.000.000

☐

b. Rp 3.000.000 – 4.000.000

☐

d. > Rp 5.000.000

☐

Petunjuk :

- A. Pilihlah jawaban dengan member tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut:

SS	S	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Nilai pajak restoran tidak memberatkan pembeli dicafe Bengawan Solo Coffee				
2	Harga minuman di Cafe Bengawan Solo Coffee sudah termasuk pajak restoran				
3	Saya mengetahui adanya pengenaan pajak restoran dicafe Bengawan Solo Coffee				
4	Adanya pengenaan pajak restoran dicafe Bengawan Solo Coffee menambah pendapatan pajak daerah				

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Cafe Bengawan Solo Coffee memiliki tempat/lahan yang sangat luas.				
2	Akses menuju Cafe Bengawan Solo Coffee sangat mudah				
3	Saya merasa puas setelah membeli produk Bengawan Solo Coffee				
4	Saya akan merekomendasikan produk Café Bengawan Solo Coffee kepada teman saya.				

Hasil Kuesioner

NO	Pajak Restoran (X)					Keputusan Pembelian (Y)				
	1	2	3	4	Jumlah	1	2	3	4	Jumlah
1	3	3	4	4	14	1	3	3	4	11
2	3	4	4	4	15	1	4	3	3	11
3	3	3	4	4	14	1	3	4	3	11
4	3	4	4	3	14	1	4	4	4	13
5	3	3	3	3	12	1	4	4	4	13
6	4	3	3	4	14	1	3	3	3	10
7	3	3	4	3	13	1	3	3	4	11
8	4	3	4	3	14	1	4	3	4	12
9	3	3	4	3	13	1	3	4	3	11
10	4	4	4	4	16	1	4	4	3	12
11	4	4	3	4	15	1	3	4	3	11
12	3	4	3	3	13	1	3	4	4	12
13	4	3	4	4	15	1	4	4	3	12
14	4	4	3	3	14	1	4	3	3	11
15	3	3	4	4	14	1	3	3	4	11
16	4	3	3	3	13	1	4	3	3	11
17	3	3	3	3	12	1	3	3	3	10
18	4	3	3	3	13	1	3	3	4	11
19	3	3	3	4	13	1	4	3	3	11
20	3	3	4	4	14	3	4	3	4	14
21	4	4	4	3	15	1	4	4	4	13
22	4	3	3	3	13	1	4	3	4	12
23	4	3	3	2	12	1	4	4	4	13
24	3	3	4	4	14	3	4	3	4	14
25	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14
26	4	3	3	2	12	3	4	4	3	14
27	3	3	3	4	13	1	3	3	3	10
28	3	3	3	3	12	1	4	4	3	12
29	3	4	3	3	13	1	4	3	4	12
30	4	4	4	3	15	1	3	3	3	10
31	3	4	3	4	14	1	3	4	4	12
32	4	4	4	4	16	2	3	3	3	11
33	3	4	2	3	12	2	4	3	4	13
34	4	4	3	3	14	2	3	3	4	12
35	3	3	4	3	13	2	4	3	3	12
36	3	3	3	3	12	2	4	3	2	11
37	4	4	4	4	16	2	3	3	3	11
38	4	4	4	3	15	1	4	3	3	11
39	3	3	3	3	12	1	4	4	4	13
40	3	4	4	4	15	4	3	3	2	12
					549					471

Data SPSS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	VAR00001 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: VAR00002

b. All requested variables entered.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,547 ^a	,300	,281	,96926

a. Predictors: (Constant), VAR00001

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,276	1	15,276	16,260	,000 ^b
	Residual	35,699	38	,939		
	Total	50,975	39			

a. Dependent Variable: VAR00002

b. Predictors: (Constant), VAR00001

Hasil Uji
Signifika

nsi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Beta		
1	(Constant)	4,180		2,212	,033
	VAR00001	,565	,547	4,032	,000

a. Dependent Variable: VAR00002

Uji normalitas

