

TUGAS AKHIR

PENGARUH TARIF PAJAK HIBURAN DAN PENGETAHUAN PAJAK TERHADAP MINAT PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP DI INDONESIA



Disusun oleh:

Nindya Vara Dheninta

2023223851

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI PERPAJAKAN
POLITEKNIK YKPN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2025**

TUGAS AKHIR

**PENGARUH TARIF PAJAK HIBURAN DAN
PENGETAHUAN PAJAK TERHADAP MINAT
PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP DI
INDONESIA**



Disusun oleh:
Nindya Vara Dheninta
2023223851

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI PERPAJAKAN
POLITEKNIK YKPN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diperiksa dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan kelulusan di Politeknik YKPN Yogyakarta.

PENGARUH TARIF PAJAK HIBURAN DAN PENGETAHUAN PAJAK TERHADAP MINAT PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP DI INDONESIA

Disusun oleh:

Nindya Vara Dheninta

2023223851

Ketua program Studi

Akuntansi Perpajakan



Hermala Kusumadewi, S.E., M.Si.

Yogyakarta, 12 Februari 2025

Dosen Pembimbing



Sriniyati, S.E., M.Sc.

Mengetahui

Politeknik YKPN

Direktur



Prof. Dr. Krisniaji, M.Sc., Ak., CA.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamiin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan lancar. Shalawat serta salam penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat-Nya. Sehingga dalam penelitian ini, penulis dapat melakukan yang terbaik untuk penelitian yang berjudul "PENGARUH TARIF PAJAK HIBURAN DAN PENGETAHUAN PAJAK TERHADAP MINAT PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP DI INDONESIA".

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi syarat mencapai derajat Sarjana Diploma-IV Program Studi Perpajakan Politeknik Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Namun, dengan usaha dan diiringi doa penelitian ini dapat selesai dengan tepat waktu. Penulis menyadari banyak do'a dan dukungan yang diberikan selama menyelesaikan tugas akhir ini. Maka sudah sepantasnya penulis dengan segala hormat mengucapkan terimakasih dan mendoakan semoga senantiasa diberikan jalan yang terbaik kepada:

1. Allah SWT yang utama dari segalanya. Sujud syukur kepada Allah SWT atas taburan cinta dan kasih sayang-Mu yang telah memberikan kekuatan, ketakwaan, dan membekali dengan ilmu. Sujud syukur kepada Allah SWT atas karunia dan kemudahan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Sriniyati, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih atas bimbingan, arahan, dan semangatnya dalam membimbing penulis dengan penuh kesabaran.
3. Kepada bapak, ibu, dan adik-adik terkasih, terimakasih atas perjuangan, do'a, dan kesabaran yang tak terhitung dan selalu memberikan nasehat, semangat, dukungan, dan kasih sayang sehingga anak sulungmu sukses menuju jenjang sarjana.
4. Seluruh Dosen dan Staff rogram Studi Perpajakan Politeknik Yayasan Keluarga Pahlawan Negara yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

5. Siti Yuni selaku sahabat suka dan duka. Semoga kebahagiaan dan kesuksesan menunggu di masa depan.
6. Sahabat-sahabat penulis Puspita Jaya, Ismi Nur, Almeida, Dwastarino, Febbyhansista yang telah kebersamai penulis dalam suka dan duka, tempat berbagi cerita, dukungan, dan semangat.

Penulis menyadari banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis memohon maaf atas kesalahan yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Dan dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk kedepannya. Semoga skripsi dengan judul “Pengaruh Tarif Pajak dan Pengetahuan Pajak Terhadap Minat Pembelian Tiket Konser K-Pop di Indonesia” ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 15 Februari 2025

Penulis

Nindya Vara Dheninta

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
1. Manfaat Teoritis	4
2. Manfaat Akademis	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
A. Landasan Teori.....	5
1. Pajak.....	5
a. Pengertian Pajak	5
b. Fungsi Pajak	6
c. Jenis Pajak	6
d. Pajak Daerah.....	6
e. Pajak Hiburan	8
f. Tarif Pajak Hiburan	9
2. Pengetahuan Wajib Pajak.....	10
3. Minat Pembelian	12
a. Definisi Minat Pembelian.....	12
b. Faktor yang Memengaruhi Minat Pembelian	12
4. Konser K-Pop di Indonesia	13
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23

A. Jenis Penelitian.....	23
B. Waktu Penelitian	23
C. Populasi dan Sampel	23
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
E. Definisi Operasional	24
F. Teknik Analisis Data.....	28
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
2. Uji Hipotesis.....	28
3. Uji Validitas	29
4. Uji Asumsi Klasik	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Karakteristik Responden	31
B. Karakteristik Berdasarkan Usia	31
C. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	32
D. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	33
E. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	33
F. Analisis Data	34
1. Distribusi Frekuensi Variabel Tarif Pajak (X1)	34
2. Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Pajak (X2).....	36
3. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Pembelian (Y).....	38
4. Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
BAB V PENUTUP	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Skala Pengukuran	24
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 4.1 Karakteristik Usia.....	31
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Pekerjaan	32
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Pendidikan	33
Tabel 4.4 Tabel Karakteristik Pendapatan.....	34
Tabel 4.5 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Tarif Pajak (X1)	34
Tabel 4.6 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Pajak (X2).....	36
Tabel 4.7 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Minat Pembelian (Y).....	38
Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Tarif Pajak (X1).....	42
Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Pajak (X2)	43
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pembelian (Y)	43
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji Autokorelasi.....	47
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4.15 Hasil Uji t	49
Tabel 4.16 Tabel Uji F.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Multikolinearitas	46
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Musik adalah satu bagian hidup seseorang. Saat ini musik sudah bisa dinikmati dari berbagai media baik *offline* maupun melalui *platform streaming*. Salah satu tempat lain dimana kita bisa menikmati musik adalah melalui penyelenggaraan konser. Konser merupakan salah satu media hiburan yang sangat diminati di Indonesia. Terutama setelah berakhirnya masa pandemi Covid-19. Banyak promotor yang menyelenggarakan konser musik dengan skala kecil hingga skala besar. Selain itu, berbagai musisi pun digaiat baik musisi lokal maupun internasional. Harga tiket konser yang ditawarkan juga beragam, mulai dari festival musik dengan harga yang terjangkau sampai konser besar dengan harga yang tinggi. Menonton konser idola adalah salah satu hal yang harus dilakukan oleh seorang penggemar. Banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan seorang penggemar ketika ingin menonton konser idolanya. Antara lain adalah lokasi pertunjukan, akomodasi yang diperlukan menuju lokasi pertunjukan, biaya penginapan, biaya makan, serta harga tiket itu sendiri.

Salah satu jenis musik yang populer saat ini adalah *Korean Pop* (Musik Pop Korea). *Korean Pop* atau K-Pop adalah musik yang berasal dari Korea Selatan. Banyaknya penyanyi baik solo, boygroup, maupun girlgroup telah menjadi populer di Indonesia. Banyak idola K-Pop yang melaksanakan *world tour* demi bisa bertemu dengan penggemarnya dari penjuru dunia. Indonesia tidak jarang menjadi salah satu tujuan dari beberapa negara yang sudah direncanakan. Hal ini tentu saja menjadi kabar baik bagi para penggemar. Sejak tahun 2022 hingga 2024 ini, sudah lebih dari 30 idola K-Pop yang melaksanakan *fanmeeting*, *fancon* (*fanmeeting concert*), maupun konser di Indonesia. Pada tahun 2021, beberapa idola yang bertemu penggemarnya di Indonesia antara lain NCT Dream, Red Velvet, The Boyz, dan G-Idle. Tidak kalah ramai, di tahun 2023 juga beberapa idola mengadakan konser yaitu BLACKPINK, Le

Sserafim, Xodiac, Kim Sejeong, dan Twice. Sedangkan tahun 2024 adalah puncak idola K-Pop dimana pada tahun 2024 lebih dari 20 *soloist* maupun grup melaksanakan turnya. Beberapa musisi solo yang menyelenggarakan konser maupun mengikuti festival di Jakarta, Indonesia adalah Baekhyun, Xiumin, Chen, Chanyeol, Doh Kyung Soo, Suho, Kyuhyun, Yoona, Doyoung, dan IU. Sedangkan idola grup K-Pop antara lain NCT 127, NCT Dream, Super Junior, Enhypen, WayV, Day6, TVXQ, Treasure, Aespa, Riize, Red Velvet, dan Zerobaseone.

Musik dan pajak hiburan memiliki hubungan yang erat, terutama dalam konteks industri hiburan. Kegiatan musik seperti konser, pertunjukan musik, dan penjualan rekaman seringkali dikenakan pajak hiburan. Pajak ini merupakan salah satu sumber pendapatan bagi pemerintah daerah yang kemudian digunakan untuk berbagai keperluan publik, seperti pembangunan infrastruktur atau pelayanan masyarakat. Selain itu, pajak hiburan juga turut mempengaruhi harga tiket konser atau produk musik lainnya, yang pada akhirnya akan berdampak pada daya beli konsumen.

Dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah menyebutkan, salah satu objek Pajak Barang dan Jasa Tertentu (PBJT) adalah jasa kesenian dan hiburan. Jasa Kesenian dan Hiburan adalah jasa penyediaan atau penyelenggaraan semua jenis tontonan, pertunjukan, permainan, ketangkasan, rekreasi, atau keramaian untuk dinikmati. Jasa Kesenian dan Hiburan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 50 huruf e meliputi salah satunya pertunjukan kesenian, musik, tari, dan/atau busana. Tarif PBJT ditetapkan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen). Sehingga dalam hal ini tiket konser juga dikenai tarif pajak hiburan sebesar 10%.

Hal tersebut menjadi bahan pertimbangan bagi para penggemar atas pembelian suatu tiket konser. Apabila harga tiket konser tinggi, maka kenaikan tarif pajak hiburan 10% juga akan dirasa tinggi karena tarif tersebut dikenakan mengikuti harga pokok tiket sebagai dasar pengenaan pajak (DPP). Terdapat salah satu contoh kasus dimana salah satu *fanmeeting* yang akan diadakan oleh Lisa BLACKPINK di Jakarta, 15

November 2024 tidak kunjung habis setelah 10 hari pembukaan pembelian tiket pada tanggal 21 Oktober 2024. Hal ini dikarenakan harga tiket fanmeeting tersebut dipatok dengan kisaran Rp1.850.000,00 sampai dengan Rp5.950.000,00. Yang membuat para penggemar geram adalah harga tiket tersebut belum termasuk biaya pajak hiburan sebesar 10% dan biaya pajak jasa penyedia tiket sebesar 5%. Itu berarti dengan harga tiket Rp5.950.000,00 para penggemar masih harus menyediakan dana tambahan sebesar Rp595.000,00 atas pajak hiburan serta Rp297.500,00 atas pajak jasa penyedia tiket. Sehingga total biaya tiket yang harus dikeluarkan oleh penggemar untuk satu kategori tiket Big Diamond Floor adalah Rp6.842.500,00.

Para penggemar menyampaikan keluhan tersebut baik melalui kolom komentar maupun melalui pesan khusus kepada promotor penyelenggara konser tersebut. Berselang 10 hari setelah pengumuman penjualan tiket dibuka, yaitu pada tanggal 30 Oktober 2024 akhirnya promotor memutuskan untuk menurunkan harga pokok tiket fanmeeting tersebut mulai dari Rp1.350.000,00 sampai dengan Rp3.870.000,00. Dengan harga pokok kategori tiket Big Diamond Floor Rp3.870.000,00, biaya pajak hiburan tambahan yang harus dikeluarkan adalah Rp387.000,00 dan Rp193.500,00 atas biaya pajak jasa penyedia tiket, maka penggemar perlu menyediakan total dana sebesar Rp4.450.500,00. Jika dibandingkan antara pricelist yang pertama dengan total harga kategori tiket Big Diamond Floor sebesar Rp6.842.500,00 dengan pricelist kedua sebesar Rp4.450.500,00 maka terdapat selisih sebesar Rp2.392.000,00. Tentu selisih harga tersebut terlihat besar dan dapat dialokasikan untuk kebutuhan konser yang lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh dari tarif pajak hiburan atas minat pembelian tiket konser sebagaimana telah disampaikan sebelumnya. Dengan demikian, peneliti mengusung penelitian dengan judul "Pengaruh Tarif Pajak Hiburan dan Pengetahuan Pajak Terhadap Minat Pembelian Tiket Konser K-Pop di Indonesia".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan pada pendahuluan, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh tarif pajak hiburan terhadap minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan Wajib Pajak terhadap minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh tarif pajak hiburan terhadap minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia.
2. Mengetahui pengaruh pengetahuan Wajib Pajak terhadap minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dan kegunaan dari penelitian yang dilakukan antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai faktor yang mempengaruhi minat pembelian tiket konser K-Pop di Indoneia.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca yang dapat digunakan sebagai referensi pengetahuan di bidang perpajakan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pajak

a. Pengertian Pajak

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan menyebutkan, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak adalah perpindahan kekayaan dari sektor swasta ke sektor publik di bawah peraturan perundangundangan yang sifatnya dapat dipaksakan dengan tidak memperoleh kompensasi secara langsung dan digunakan untuk membiayai pengeluaran publik dan sebagai alat untuk mencapai tujuan di luar bidang keuangan (Soemitro, 1988). Pajak adalah pembayaran yang sifatnya paksaan terhadap negara yang dibebankan kepada pendapatan seseorang. Tujuannya untuk membiayai pengeluaran negara (Anderson, 1952).

Dari definisi yang sudah disampaikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Pajak sifatnya dapat dipaksakan,
- 2) Pajak dipungut berdasarkan Undang-Undang,
- 3) Tidak ada kontraprestasi secara langsung,
- 4) Diperuntukan bagi kesejahteraan masyarakat dan pembangunan.

b. Fungsi Pajak

Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang mempunyai dua fungsi (Mardiasmo, 2011, p. 1), yaitu:

- 1) Fungsi anggaran (*budgetair*) sebagai sumber dana bagi pemerintah, untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.
- 2) Fungsi mengatur (*regulerend*) sebagai alat pengatur atau melaksanakan pemerintah dalam bidang sosial ekonomi.

c. Jenis Pajak

(Mardiasmo, 2011, p. 6) menyebutkan pengenaan pajak di Indonesia menurut lembaga pemungutnya dapat dikelompokkan menjadi 2, yaitu:

- 1) Pajak Pusat, adalah pajak yang wewenang pemungutannya ada pada pemerintah pusat yang pelaksanaannya dilakukan oleh Kementerian Keuangan melalui Direktorat Jenderal Pajak.
- 2) Pajak Daerah, merupakan pajak yang dikelola oleh pemerintah daerah baik ditingkat provinsi maupun ditingkat kabupaten/kota.

d. Pajak Daerah

Menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah berdasarkan peraturan daerah, dengan tujuan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan di daerah yang bersangkutan. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dengan Pemerintah Daerah menjelaskan, pajak daerah terdiri atas 2 jenis pajak yaitu Jenis Pajak Provinsi dan Jenis pajak Kabupaten/Kota. Jenis Pajak Provinsi terdiri atas:

- 1) Pajak Kendaraan Bermotor;
- 2) Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor;
- 3) Pemanfaatan Air Permukaan;
- 4) Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
- 5) Pajak Air Permukaan;
- 6) Pajak Rokok; dan
- 7) Opsen Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan.

Sedangkan jenis pajak kabupaten/kota terdiri atas:

- 1) PBB-P2;
- 2) Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan;
- 3) Pajak Barang dan Jasa Tertentu;
- 4) Pajak Reklame;
- 5) Pajak Air Tanah;
- 6) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan;
- 7) Pajak Air Tanah;
- 8) Pajak Sarang Burung Walet; dan
- 9) Opsen Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor.

Objek Pajak Barang dan Jasa Tertentu merupakan penjualan, penyerahan, dan/atau konsumsi barang dan jasa tertentu yang meliputi:

- 1) Makanan dan/ atau Minuman;
- 2) Tenaga Listrik;

- 3) Jasa Perhotelan;
- 4) Jasa Parkir; dan
- 5) Jasa Kesenian dan Hiburan.

e. Pajak Hiburan

Pajak hiburan adalah jenis pajak daerah yang dikenakan oleh pemerintah daerah terhadap kegiatan atau usaha yang menyediakan hiburan, seperti bioskop, konser musik, pertunjukan seni, taman bermain, dan tempat hiburan lainnya. Pajak ini dikenakan kepada penyelenggara kegiatan hiburan atau tempat hiburan yang ada di wilayah suatu daerah, dan besaran pajaknya biasanya dihitung berdasarkan tarif tertentu yang sudah ditentukan oleh pemerintah daerah. Pajak hiburan diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah. Dalam Undang-Undang tersebut, pajak hiburan termasuk dalam kategori pajak daerah yang pemungutannya diserahkan kepada pemerintah daerah, dan setiap daerah dapat memiliki kebijakan serta tarif yang berbeda-beda untuk pajak hiburan.

Subjek pajak hiburan adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan kegiatan hiburan. Ini termasuk pemilik bioskop, manajer tempat hiburan, penyelenggara konser, dan lainnya. Sedangkan, objek pajak hiburan adalah kegiatan atau usaha yang menyediakan hiburan untuk umum. Dalam Pasal 55 ayat 1 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, objek pajak hiburan meliputi:

- 1) tontonan film atau bentuk tontonan audio visuallainnya yang dipertontonkan secara langsung disuatu lokasi tertentu;
- 2) pertunjukan kesenian, musik, tari, dan/atau busana;

- 3) kontes kecantikan;
- 4) kontes binaraga;
- 5) pameran;
- 6) pertunjukan sirkus, akrobat, dan sulap;
- 7) pacuan kuda dan perlombaan kendaraan bermotor;
- 8) permainan ketangkasan;
- 9) olahraga permainan dengan menggunakantempat/ruang dan/atau peralatan dan perlengkapnuntuk olahraga dan kebugaran;
- 10) rekreasi wahana air, wahana ekologi, wahanapendidikan, wahana budaya, wahana salju, wahana permainan, pemancingan, agrowisata, dan kebunbinatang;
- 11) panti pijat dan pijat refleksi; dan
- 12) diskotek, karaoke, klub malam, bar, dan mandiuap/spa.

Yang dikecualikan dari Jasa Kesenian dan Hiburan sebagaimana dimaksud pada Pasal 55 ayat 1 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah adalah Jasa Kesenian dan Hiburan yang semata-mata untuk:

- 1) promosi budaya tradisional dengan tidak dipungutbayaran;
- 2) kegiatan layanan masyarakat dengan tidak dipungutbayaran; dan/atau
- 3) bentuk kesenian dan hiburan lainnya yang diatur dengan Perda.

f. Tarif Pajak Hiburan

Besaran tarif pajak hiburan ditentukan oleh pemerintah daerah berdasarkan peraturan daerah yang berlaku di masing-masing daerah.

Biasanya, tarif pajak dihitung sebagai persentase dari penerimaan atau pendapatan yang diperoleh dari kegiatan hiburan, atau berdasarkan harga tiket masuk yang dijual. Namun, dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah pasal 58 menyebutkan bahwa tarif pajak hiburan ditetapkan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen). Khusus untuk hiburan berupa pagelaran busana, kontes kecantikan, diskotik, karaoke, klab malam, permainan ketangkasan, panti pijat, dan mandi uap/spa, tarif pajak hiburan dapat ditetapkan paling rendah 40% (empat puluh persen) dan paling tinggi sebesar 75% (tujuh puluh lima persen). Khusus hiburan kesenian rakyat/tradisional dikenakan tarif pajak hiburan ditetapkan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen).

Tarif pajak hiburan memiliki dampak langsung terhadap harga tiket yang dibayar oleh konsumen. Pajak hiburan, yang biasanya dihitung sebagai persentase dari harga dasar tiket, akan meningkatkan total biaya yang harus dibayar oleh pembeli. Misalnya, jika tarif pajak hiburan ditetapkan sebesar 10%, maka harga tiket dasar akan bertambah 10% dari nilai tersebut sebagai pajak. Akibatnya, harga tiket menjadi lebih mahal, yang dapat memengaruhi daya beli konsumen, terutama pada segmen yang sensitif terhadap harga. Dalam konteks konser K-pop, tarif pajak yang tinggi dapat menyebabkan tiket menjadi terlalu mahal bagi sebagian penggemar, sehingga potensi jumlah penjualan tiket dapat menurun. Oleh karena itu, tarif pajak yang diterapkan perlu mempertimbangkan dampaknya terhadap harga tiket dan kemampuan masyarakat untuk membelinya.

2. Pengetahuan Wajib Pajak

Pengetahuan menurut ahli dapat didefinisikan dalam berbagai cara, tergantung pada perspektif dan bidang ilmu yang digunakan. Pengetahuan merupakan kesadaran reflektif yang mengarah pada pemahaman mendalam

mengenai objek dan pengalaman manusia. Secara umum, pengetahuan dapat dipahami sebagai proses dan produk dari pemahaman, pengalaman, dan pengolahan informasi yang diperoleh melalui berbagai cara, baik secara empiris maupun rasional.

Pengetahuan pajak adalah pemahaman tentang peraturan, ketentuan, dan prosedur perpajakan yang berlaku di suatu negara. Pengetahuan ini mencakup berbagai aspek tentang bagaimana pajak dikenakan, bagaimana cara menghitung pajak, jenis-jenis pajak, kewajiban pajak bagi individu atau perusahaan, serta cara melaporkan dan membayar pajak kepada otoritas yang berwenang. Pengetahuan pajak adalah pengetahuan mengenai konsep ketentuan umum di bidang perpajakan, jenis pajak yang berlaku di Indonesia mulai dari subjek pajak, objek pajak, tarif pajak, perhitungan pajak terutang, pencatatan pajak terutang, sampai dengan bagaimana pengisian pelaporan pajak (Setiyani et al., 2018).

Pentingnya pengetahuan ini tidak hanya untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum perpajakan, tetapi juga untuk menghindari potensi masalah hukum, seperti denda atau sanksi yang bisa dikenakan akibat kelalaian dalam pelaporan atau pembayaran pajak. Selain itu, dengan memiliki pengetahuan yang cukup tentang perpajakan, wajib pajak juga dapat memanfaatkan hak-haknya, seperti potongan pajak, pengurangan, atau fasilitas perpajakan lainnya yang disediakan oleh pemerintah.

Untuk itu, pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) terus mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pemahaman pajak, baik melalui program penyuluhan, pelatihan, maupun *platform digital* yang mempermudah proses pelaporan dan pembayaran pajak. Dengan pengetahuan yang cukup, wajib pajak dapat berperan aktif dalam mendukung pembangunan negara melalui kontribusi pajak yang tepat dan sah. Semakin meningkatnya pengetahuan Wajib Pajak, maka semakin meningkat pula kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi hak dan kewajiban perpajakannya.

3. Minat Pembelian

a. Definisi Minat Pembelian

Minat pembelian merupakan salah satu indikator dari perilaku konsumen yang menunjukkan keinginan atau niat seseorang untuk membeli produk atau jasa tertentu berdasarkan kebutuhan, preferensi, dan pengaruh faktor eksternal. Minat pembelian sering kali menjadi fokus dalam penelitian pemasaran karena mencerminkan potensi konsumen untuk melakukan tindakan pembelian. Minat pembelian adalah kecenderungan konsumen untuk memilih, membeli, dan menggunakan suatu produk atau layanan setelah mempertimbangkan aspek manfaat dan daya tarik produk tersebut (Schiffman & Kanuk, 2007). Menurut Kotler & Keller (2016), minat pembelian dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motivasi dan persepsi, serta faktor eksternal, seperti harga dan kebijakan pemerintah. Dalam konteks konser K-Pop, minat pembelian tiket sangat dipengaruhi oleh daya tarik artis, reputasi promotor, ketersediaan tiket, dan harga tiket yang termasuk dalam komponen pajak hiburan. Minat pembelian pada umumnya biasanya melibatkan beberapa aspek, antara lain:

- 1) Kesadaran (*Awareness*): Konsumen menyadari keberadaan produk atau layanan.
- 2) Ketertarikan (*Interest*): Adanya rasa ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan.
- 3) Keinginan (*Desire*): Timbul keinginan untuk memiliki atau menggunakan produk.
- 4) Tindakan (*Action*): Proses berakhir pada keputusan untuk membeli produk.

b. Faktor yang Memengaruhi Minat Pembelian

Beberapa faktor yang memengaruhi minat pembelian meliputi:

- 1) Harga: Harga produk yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang dirasakan konsumen.
- 2) Kualitas Produk atau Layanan: Persepsi konsumen terhadap mutu barang atau jasa.
- 3) Promosi dan Iklan: Strategi pemasaran yang menarik dapat meningkatkan minat pembelian.
- 4) Faktor Sosial dan Psikologis: Termasuk rekomendasi dari orang terdekat, tren, dan gaya hidup.
- 5) Faktor Eksternal: Regulasi pemerintah, pajak, atau kondisi ekonomi.

4. Konser K-Pop di Indonesia

Popularitas K-pop di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh kehadiran berbagai grup idola seperti Seventeen, BLACKPINK, dan EXO yang memiliki jutaan penggemar setia. Basis penggemar K-pop di Indonesia, yang sering disebut sebagai *K-pop fandom*, tidak hanya mencakup remaja tetapi juga orang dewasa muda yang antusias mengikuti setiap aktivitas idolanya, mulai dari perilisan lagu hingga konser. Media sosial juga berperan penting dalam memperluas jangkauan K-pop, memungkinkan penggemar untuk terhubung dengan artis favorit mereka dan komunitas penggemar lainnya. Fenomena ini menjadikan konser K-pop sebagai salah satu bentuk hiburan yang sangat diminati di Indonesia, dengan tiket sering kali habis terjual hanya dalam hitungan menit. Pertumbuhan basis penggemar ini menunjukkan bahwa K-pop telah menjadi bagian dari budaya pop modern di Indonesia, menciptakan peluang ekonomi yang besar dalam industri hiburan.

Fenomena K-Pop telah menjadi bagian dari budaya populer di Indonesia, dengan tingginya antusiasme masyarakat terhadap konser K-Pop. Indonesia menjadi salah satu destinasi favorit bagi artis K-Pop karena besarnya pasar dan

loyalitas penggemar. Tingginya harga tiket konser sering menjadi kendala bagi penggemar, terutama bila terdapat tambahan beban pajak hiburan yang signifikan. Banyak konser K-pop yang diadakan di Indonesia, dan minat beli tiket untuk konser-konser tersebut sangat tinggi, meskipun harga tiket sering kali cukup mahal. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun ada pajak hiburan yang dikenakan, minat masyarakat untuk menyaksikan konser K-pop tetap besar. Selain itu, faktor keinginan untuk menyaksikan idol K-pop langsung di panggung sering kali mampu mengalahkan pertimbangan harga, sehingga permintaan tiket konser K-pop tetap tinggi.

Media sosial memegang peranan penting dalam memperluas jangkauan K-pop di Indonesia. Platform seperti X, Instagram, dan TikTok memungkinkan penggemar untuk mengikuti aktivitas idola mereka secara real-time. Selain itu, YouTube menjadi media utama bagi grup K-pop untuk mempromosikan lagu baru, dengan banyak video musik yang mencapai miliaran penayangan. Interaksi yang mudah di media sosial juga memungkinkan penggemar untuk terhubung dengan komunitas global, berbagi pengalaman, dan mendukung idola mereka melalui kampanye daring seperti *streaming party* atau *fan project*. Popularitas K-pop memberikan dampak ekonomi yang signifikan di Indonesia, tidak hanya dalam bentuk penjualan tiket konser dan *merchandise*, tetapi juga melalui kontribusi terhadap sektor pariwisata. Banyak penggemar dari luar kota bahkan luar negeri yang datang ke Jakarta atau kota lain untuk menghadiri konser K-pop, menciptakan permintaan untuk akomodasi, transportasi, dan kuliner lokal. Hal ini menunjukkan bagaimana K-pop bukan hanya fenomena budaya, tetapi juga motor penggerak ekonomi yang relevan bagi Indonesia.

Dengan pengaruhnya yang besar di berbagai aspek kehidupan, K-pop kini telah menjadi bagian dari budaya pop modern di Indonesia. Meskipun popularitas K-pop terus meningkat, tantangan tetap ada, seperti tingginya biaya produksi konser, pajak hiburan, dan daya beli sebagian masyarakat. Selain itu, adanya regulasi yang ketat dan isu logistik sering kali menjadi hambatan dalam

menyelenggarakan acara berskala besar. Namun, potensi industri K-pop di Indonesia tetap besar, dengan jumlah penggemar yang terus bertambah dan daya tarik global yang semakin kuat. Kolaborasi antara promotor, pemerintah, dan pelaku industri dapat memperkuat posisi K-pop sebagai salah satu sektor hiburan utama di Indonesia.

Konser K-pop di Indonesia telah menjadi salah satu acara hiburan yang paling dinantikan oleh penggemar musik, dengan tiket yang sering kali terjual habis dalam waktu singkat. Namun, tarif pajak hiburan yang diterapkan oleh pemerintah daerah dapat memengaruhi harga tiket secara signifikan. Sebagai contoh, *fanmeeting* yang akan diadakan oleh Lisa BLACKPINK di Jakarta, 15 November 2024 tidak kunjung habis setelah 10 hari pembukaan pembelian tiket pada tanggal 21 Oktober 2024. Hal ini dikarenakan harga tiket *fanmeeting* tersebut dipatok dengan kisaran Rp1.850.000,00 sampai dengan Rp5.950.000,00. Yang membuat para penggemar geram adalah harga tiket tersebut belum termasuk biaya pajak hiburan sebesar 10% dan biaya pajak jasa penyedia tiket sebesar 5%. Itu berarti dengan harga tiket Rp5.950.000,00 para penggemar masih harus menyediakan dana tambahan sebesar Rp595.000,00 atas pajak hiburan serta Rp297.500,00 atas pajak jasa penyedia tiket. Sehingga total biaya tiket yang harus dikeluarkan oleh penggemar untuk satu kategori tiket Big Diamond Floor adalah Rp6.842.500,00.

Berselang 10 hari setelah pengumuman penjualan tiket dibuka, yaitu pada tanggal 30 Oktober 2024 akhirnya promotor memutuskan untuk menurunkan harga pokok tiket *fanmeeting* tersebut mulai dari Rp1.350.000,00 sampai dengan Rp3.870.000,00. Dengan harga pokok kategori tiket Big Diamond Floor Rp3.870.000,00, biaya pajak hiburan tambahan yang harus dikeluarkan adalah Rp387.000,00 dan Rp193.500,00 atas biaya pajak jasa penyedia tiket, maka penggemar perlu menyediakan total dana sebesar Rp4.450.500,00. Jika dibandingkan antara pricelist yang pertama dengan total harga kategori tiket Big

Diamond Floor sebesar Rp6.842.500,00 dengan *pricelist* kedua sebesar Rp4.450.500,00 maka terdapat selisih sebesar Rp2.392.000,00.

Hal ini dapat memengaruhi minat pembelian, terutama pada segmen penggemar dengan keterbatasan anggaran. Beberapa promotor bahkan mengungkapkan bahwa tarif pajak yang tinggi sering kali menjadi tantangan dalam menetapkan harga tiket yang kompetitif, terutama di pasar yang sensitif terhadap harga seperti Indonesia. Sensitivitas konsumen terhadap perubahan harga tiket, atau yang dikenal sebagai *price elasticity of demand*, menggambarkan sejauh mana jumlah permintaan tiket akan berubah akibat adanya perubahan harga. Dalam konteks konser K-pop, kenaikan harga tiket akibat tarif pajak hiburan dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Jika permintaan tiket bersifat elastis, maka kenaikan harga yang signifikan akan menyebabkan penurunan permintaan secara drastis, terutama di kalangan penggemar dengan anggaran terbatas. Sebaliknya, jika permintaan bersifat inelastis, penggemar yang sangat antusias kemungkinan tetap membeli tiket meskipun harganya meningkat. Faktor-faktor seperti tingkat loyalitas terhadap artis, daya beli, dan alternatif hiburan lain turut memengaruhi elastisitas permintaan ini. Dengan demikian, memahami sensitivitas konsumen terhadap harga menjadi penting bagi promotor dalam menentukan strategi penetapan harga tiket.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian tentang Pajak Hiburan telah dilakukan sebelumnya. Pertama, penelitian dengan judul "Pengaruh Insentif Pajak dan Subsidi Upah Pandemi covid-19 Terhadap Daya Beli Masyarakat" oleh Sulastri & Kholis (2022), menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan jenis data primer. Penelitian dilakukan dengan teknik *purposive sampling* di Kabupaten Karanganyar. Penelitian menunjukkan insentif pajak, tarif PPN, dan bantuan subsidi upah berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi daya beli masyarakat. Penelitian Sulastri & Kholis

(2022) dengan penelitian ini memiliki kesamaan yaitu kesamaan variabel atas minat atau daya beli. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini juga meneliti variabel pengetahuan wajib pajak yang dianalisa dengan regresi linear sederhana.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Sari (2024) dengan judul "Analisis Tingkat Pengetahuan Perpajakan dan Persepsi Penggemar Korean Pop pada Tiket yang Dikenakan Pajak Hiburan Jenis Konser Musik dan Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Tiket Konser". Penelitian tersebut dilakukan dengan metode kuantitatif deskriptif dan pengambilan sampel menggunakan teknik *insidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis tingkat pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap minat pembelian tiket konser. Sedangkan, persepsi penggemar tidak berpengaruh terhadap minat pembelian konser.

Penelitian dilakukan oleh Wicaksana (2021) dengan judul "Pengaruh Self Assessment System, Tarif Pajak, dan Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hiburan di Kota Batu". Penelitian tersebut dilakukan dengan metode kuantitatif dan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan Non Probability Sampling. Penelitian dilakukan di Kota Batu dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Self Assessment System secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak, sedangkan variabel tarif pajak dan variabel pengetahuan wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak. Penelitian oleh Wicaksana (2021) memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu kesamaan pada subjek penelitian Wajib Pajak Hiburan.

Penelitian dengan judul "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian dalam Kajian *Theory of Planned Behavior* (Studi Kasus: Konser August D-Day Tour in Jakarta" oleh Rosyada (2024) menggunakan metode analisa kuantitatif dan teknik pengumpulan data dengan data primer. Hasil analisa data dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi minat pembelian tiket konser August D-

Day Tour in Jakarta. Kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh Rosyada (2024) dan penelitian ini adalah kesamaan variabel minat beli.

Penelitian yang dilakukan oleh Harisnanda et al. (2023) dengan judul "Fenomenologi Minat Pembelian Tiket Konser Pasca Pandemi: War Tiket Konser Coldplay Jakarta Tahun 2023" menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fenomena war tiket konser Coldplay di Jakarta tahun 2023 merupakan hasil dari perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keinginan untuk memenuhi kebutuhan sosial, keinginan untuk mengalami pengalaman yang unik, dan pengaruh media sosial dalam menciptakan kesadaran dan minat terhadap konser tersebut. Kesamaan variabel atas minat pembelian terjadi pada penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Harisnanda et al. (2023).

Secara keseluruhan, penelitian-penelitian terdahulu tersebut diringkas dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Peneliti, Tahun	Metodologi	Variabel	Hasil
1	Pengaruh Insentif Pajak dan Subsidi Upah Pandemi covid-19 Terhadap Daya Beli Masyarakat Sulastri, Nur Kholis	Jenis Data: Primer Sumber Data: Data Primer Metode: Kuantitatif Analisis: Regresi	1. Insentif Pajak (X1) 2. Subsidi Upah (X2) 3. Daya Beli (Y)	Insentif Pajak, Tarif PPN, dan Bantuan subsidi Upah yang diberikan pemerintah di masa pandemi berdampak signifikan terhadap daya beli masyarakat dan berpengaruh positif terhadap penerimaan negara melalui Pajak

No.	Judul, Peneliti, Tahun	Metodologi	Variabel	Hasil
	2022	Linear Berganda		Pertambahan Nilai (PPN).
2	Analisis Tingkat Pengetahuan Perpajakan dan Persepsi Penggemar Korean Pop pada Tiket yang Dikenakan Pajak Hiburan Jenis Konser Musik dan Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Tiket Konser Rhoaini Tri Novita Sari 2024	Jenis Data: Sekunder Sumber Data: Data Primer Metode: Kuantitatif Deskriptif Analisis: Regresi Linear Berganda	1. Pengeahuan Pajak (X1) 2. Persepsi penggemar (X2) 3. Minat Pembelian (Y)	Tingkat pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap minat pembelian tiket konser. Sedangkan, persepsi penggemar tidak berpengaruh terhadap minat pembelian konser.

No.	Judul, Peneliti, Tahun	Metodologi	Variabel	Hasil
3	Pengaruh <i>Self Assessment System</i> , Tarif Pajak, dan Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hiburan di Kota Batu Hayyu Setyakarisma Wicaksana 2021	Jenis Data: Sekunder Sumber Data: Data Primer Metode: Kuantitatif Analisis: Regresi Linear	4. Self Assessment System (X1) 5. Tarif Pajak (X2) 6. Pengetahuan Wajib Pajak (X3) 7. Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Self Assessment System secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak, sedangkan variabel tarif pajak dan variabel pengetahuan wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan wajib pajak.
4	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian dalam Kajian <i>Theory of Planned Behavior</i> (Studi Kasus: Konser	Jenis Data: Primer Sumber Data: Data Primer Metode: Kuantitatif Analisis: Regresi	1. Faktor yang Mempengaruhi (X) 2. Minat Pembelian (Y)	Variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi minat pembelian tiket konser August D-Day Tour in Jakarta.

No.	Judul, Peneliti, Tahun	Metodologi	Variabel	Hasil
	August D-Day Tour in Jakarta Nabila Ariini Rosyada 2024	Linear Berganda		
5	Fenomenologi Minat Pembelian Tiket Konser Pasca Pandemi: War Tiket Konser Coldplay Jakarta Tahun 2023 Rizky Harisnanda, Wiji Setiawan, Rini Sudarmanti 2023	Jenis Data: Primer Sumber Data: Data Primer Metode: Kualitatif	1. Minat Pembelian (Y)	Fenomena war tiket konser Coldplay di Jakarta tahun 2023 merupakan hasil dari perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keinginan untuk memenuhi kebutuhan sosial, keinginan untuk mengalami pengalaman yang unik, dan pengaruh media sosial dalam menciptakan kesadaran dan minat terhadap konser tersebut.

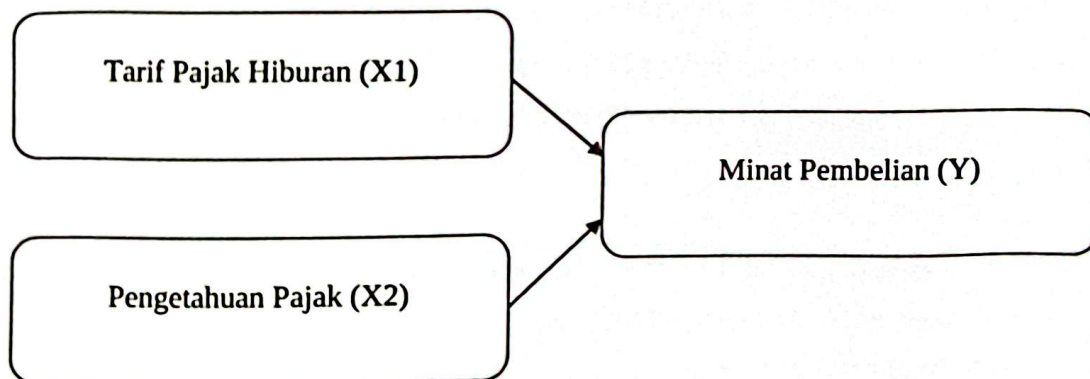
C. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya sehingga masih perlu diuji kebenarannya. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui kebenaran dari hipotesis yang telah dijelaskan oleh peneliti. Pada penelitian ini, uji hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh tarif pajak dan pengetahuan Wajib Pajak terhadap minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Tarif Pajak Hiburan atas tiket konser berpengaruh positif terhadap minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia

H2: Pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia

Hipotesis pada penelitian ini dapat digambarkan dalam hubungan gambar sebagai berikut:



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang bermaksud untuk mengetahui pengaruh tarif pajak dan pengetahuan pajak terhadap minat pembelian tiket konser, maka peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis atau fenomena tertentu. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui instrumen yang dapat diukur secara objektif yaitu kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel dan menarik kesimpulan yang bersifat generalisasi berdasarkan data yang ada.

B. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bulan Desember 2024 menggunakan kuesioner yang disebarakan melali sosial media *group chat WhatsApp* dengan periode penyebaran kuesioner selama dua minggu pada tanggal 26 November-10 Desember 2024.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah area keseluruhan yang terdiri dari hal-hal atau orang-orang yang berbagi sifat dan atribut tertentu (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli atau penonton konser K-Pop periode tahun 2022-2024 di Indonesia. Sampel dalam penelitian kuantitatif adalah komponen dari populasi dan atributnya (Sugiyono, 2017). Metode *Accidental Sampling* digunakan untuk pengumpulan sampel pada penelitian ini. Sampel penelitian ditentukan secara acak dengan beberapa kriteria yang sudah ditentukan dan melalui *Google Form*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dengan menyebarkan kuesioner. Responden yang mengisi kuesioner sudah ditentukan dengan kriteria yang telah ditentukan peneliti. Kuesioner disebarkan melalui *group chat WhatsApp* dan *Line* yang berkaitan dengan penelitian. Metode yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah skala Likert. Skala ini terdiri dari serangkaian pernyataan yang diikuti dengan pilihan jawaban yang mencerminkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden, biasanya dalam bentuk lima atau tujuh titik skala, mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Skala Likert dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Jawaban	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

E. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah penjelasan atau penguraian yang spesifik mengenai bagaimana suatu variabel akan diukur atau diamati. Dalam suatu penelitian, definisi operasional memberikan batasan yang jelas mengenai variabel yang digunakan, sehingga peneliti dan pembaca dapat memahami secara tepat apa yang dimaksud dengan variabel tersebut serta bagaimana cara pengukurannya. Definisi

operasional terdiri dari variabel terikat atau dependen (Y) dan variabel bebas atau independen (X).

Variabel independen adalah variabel yang dianggap sebagai penyebab atau faktor yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas karena peneliti dapat memanipulasinya atau mengamati variasinya untuk melihat dampaknya terhadap variabel dependen. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi fokus utama dalam penelitian dan yang ingin dijelaskan atau diprediksi. Variabel ini disebut juga sebagai variabel terikat, karena nilainya tergantung pada perubahan yang terjadi pada variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah tarif pajak dan pengetahuan pajak. Sedangkan variabel dependennya adalah minat pembelian.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Pernyataan dalam kalimat	Pernyataan dalam angka	Jumlah
1	Tarif Pajak	Kemampuan dalam membayar pajak sesuai dengan tarif pajak yang ditetapkan dan pengenaan tarif pajak yang berlaku.	Tarif pajak hiburan yang dikenakan sesuai dengan kemampuan saya Saya membayar jumlah pajak hiburan sesuai tarif pajak yang dikenakan Tarif pajak hiburan 10% masih terjangkau bagi saya	3, 4, 5	3

No	Variabel	Indikator	Pernyataan dalam kalimat	Pernyataan dalam angka	Jumlah
2	Pengetahuan Pajak	Pengetahuan menghitung besarnya pajak terutang.	Saya mengetahui jika konser dikenai tarif pajak hiburan 10% Saya sadar untuk membayar pajak hiburan sesuai tarif yang dikenakan Saya mengetahui perhitungan pajak hiburan yang harus dibayarkan Saya disiplin dalam membayar tarif pajak hiburan	1, 2, 6, 7	4
3	Minat Pembelian	Kemungkinan seseorang untuk menunjukkan suatu tindakan dan upaya yang disiapkan untuk melakukan tindakan tersebut.	Saya tetap membeli tiket konser dengan tarif pajak hiburan 10% Saya tidak ragu membeli tiket konser dengan tarif pajak hiburan 10% Jika saya punya uang saya akan membeli tiket konser	8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16	9

No	Variabel	Indikator	Pernyataan dalam kalimat	Pernyataan dalam angka	Jumlah
			Jika saya ada waktu dan kesempatan saya akan membeli tiket konser Membeli tiket konser adalah hal yang menyenangkan bagi saya Menonton konser adalah hal yang menyenangkan bagi saya Saya berminat membeli tiket konser Saya sudah berencana sejak lama untuk membeli tiket konser idola saya Saya berusaha untuk mendapatkan tiket konser idola saya		
			Jumlah		16

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Linear Regression*) dilakukan untuk melihat hubungan antara tarif pajak, pengetahuan pajak, dan minat pembelian tiket. Model regresinya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Dimana:

Y = Minat Pembelian Tiket Konser K-Pop

X_1 = Tarif Pajak

X_2 = Pengetahuan Pajak

α = Intercept (konstanta)

β_1 dan β_2 = Koefisien regresi yang menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen

ϵ = Galat (*error term*)

2. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, kita akan melakukan uji t untuk masing-masing variabel independen, yaitu:

a. Uji t untuk X_1 (Tarif Pajak), menguji apakah koefisien β_1 signifikan.

b. Uji t untuk X_2 (Pengetahuan Pajak), menguji apakah koefisien β_2 signifikan.

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi (*Sig*) t yaitu hitung dengan tabel dengan batas signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,050 ($\alpha = 5\%$). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi (Sig) $t < 0,050$ maka secara parsial variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai probabilitas signifikansi (Sig) $t > 0,050$ maka secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Sedangkan uji F atau uji anova dilakukan dengan cara membandingkan nilai probabilitas signifikansi (Sig) F yaitu F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan batas signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,050 ($\alpha = 5\%$). Uji F untuk menguji apakah model regresi secara keseluruhan signifikan (untuk pengaruh bersama antara X_1 dan X_2 terhadap Y). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi (Sig) $F < 0,050$ atau hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka secara bersama-sama variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai probabilitas signifikansi (Sig) $F > 0,050$ atau hasil perhitungan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki c. pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat ditarik kesimpulan apakah tarif pajak dan pengetahuan pajak secara signifikan mempengaruhi minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia. Jika hasilnya positif, maka penting bagi penyelenggara konser dan pihak terkait untuk mempertimbangkan pengaruh tarif pajak dan upaya untuk meningkatkan pengetahuan pajak bagi konsumen.

3. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang dimaksud secara akurat. Validitas yang diuji dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yang mencakup analisis hubungan antara setiap item pernyataan dengan total skor variabel. Uji validitas dilakukan

menggunakan metode korelasi *Pearson's Product Moment* dengan kriteria item dinyatakan valid jika nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang digunakan guna mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji normalitas adalah sebuah prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan apakah suatu kumpulan data berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* dimana data dikatakan terdistribusi normal apabila nilai *Asymp. Sig.* lebih dari 0,05. Uji multikolinearitas adalah sebuah prosedur statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi adanya korelasi yang tinggi atau hubungan linear yang kuat antara dua atau lebih variabel bebas (independent) dalam sebuah model regresi. Apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Vector* < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel.

Uji heteroskedastisitas adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode *scatterplot*. Jika tidak ada pola yang terbentuk dengan jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji autokorelasi adalah sebuah prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara pengamatan pada suatu periode dengan pengamatan pada periode sebelumnya dalam suatu data runtut waktu (*time series*). Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan metode Durbin-Watson yaitu apabila diketahui nilai DW diantara nilai dU dan 4-dU, maka tidak terjadi autokorelasi data.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu bagian data responden dan bagian variabel yang diuji. Bagian responden berisi mengenai pertanyaan-pertanyaan yang menjelaskan karakteristik responden tersebut, sedangkan bagian variabel yang diuji berisi tentang pernyataan atau indikator yang menjelaskan mengenai variabel yang akan diuji. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli tiket konser K-Pop selama periode 2022-2024. Terdapat 43 responden yang mengisi kuisioner tersebut dan datanya dapat diolah lebih lanjut.

B. Karakteristik Berdasarkan Usia

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan usia responden dapat dilihat dalam table berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
16-20 tahun	2	5%
21-25 tahun	19	44%
26-30 tahun	16	37%
31-35 tahun	4	9%
36-40 tahun	2	5%
Total	43	100%

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini memiliki responden paling banyak berusia 21-25 tahun sebesar 44% yaitu sejumlah 19 responden. Diikuti responden usia 26-30 tahun sebanyak 37% yaitu 16 responden. Diikuti responden usia 31-35 tahun sebanyak 9% yaitu 4 responden. Diikuti responden

usia 16-20 tahun dan 36-40 tahun sebanyak masing-masing 5% dengan masing-masing 5 responden.

C. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaannya dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 4.2
Tabel Karakteristik Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Admin	2	5%
Atlet	1	2%
Pegawai Negeri Sipil	2	5%
Caregiver	1	2%
Customer Service	1	2%
Freelancer	2	5%
Guru	4	9%
Ibu Rumah Tangga	1	2%
Karyawan Swasta	18	42%
Mahasiswa	9	21%
Recruiter	1	2%
Wirausaha	1	2%
Total	43	100%

Berdasarkan tabel 4.2, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini memiliki responden paling banyak dengan jenis pekerjaan karyawan swasta sebesar 42% yaitu 18 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan mahasiswa sebesar 21% yaitu 9 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan guru sebesar 9% yaitu 4 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan mahasiswa sebesar 21% yaitu 9 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan admin sebesar 5% yaitu 2 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan Pegawai Negeri Sipil sebesar 5% yaitu 2 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan *freelancer* sebesar 5% yaitu 2 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan atlet sebesar 2% yaitu 1 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan atlet sebesar 2% yaitu 1

responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan *caregiver* sebesar 2% yaitu 1 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan *customer service* sebesar 2% yaitu 1 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan ibu rumah tangga sebesar 2% yaitu 1 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan *recruiter* sebesar 2% yaitu 1 responden. Diikuti responden dengan jenis pekerjaan wirausaha sebesar 2% yaitu 1 responden.

D. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan tingkat pendidikannya dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 4.3
Tabel Karakteristik Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMA	7	16%
D1	2	5%
D3	7	16%
D4/S1	24	56%
S2	3	7%
Total	43	100%

Berdasarkan tabel 4.3, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini memiliki responden paling banyak dengan jenis riwayat pendidikan D4 atau S1 sebesar 56% yaitu 24 responden. Diikuti responden dengan riwayat pendidikan SMA sebesar 16% yaitu 7 responden. Diikuti responden dengan riwayat pendidikan D3 sebesar 16% yaitu 7 responden. Diikuti responden dengan riwayat pendidikan S2 sebesar 7% yaitu 3 responden. Diikuti responden dengan riwayat pendidikan D1 sebesar 5% yaitu 2 responden.

E. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan pendapatannya dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 4.4
Tabel Karakteristik Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase
500.000 - 2.500.000	12	28%
2.500.001 - 5.000.000	22	51%
5.000.001 - 7.500.000	3	7%
7.500.001 - 10.000.000	2	5%
10.000.001 - 12.500.000	2	5%
12.500.001 - 15.000.000	1	2%
> 20.000.000	1	2%
Total	43	100%

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini memiliki responden paling banyak dengan pendapatan Rp2.500.001,00-Rp5.000.000,00 sebesar 51% yaitu 22 responden. Diikuti dengan pendapatan Rp500.000,00-Rp2.500.000,00 sebesar 28% yaitu 12 responden. Diikuti dengan pendapatan Rp5.000.001,00-Rp7.500.000,00 sebesar 7% yaitu 3 responden. Diikuti dengan pendapatan Rp7.500.001,00-Rp10.000.000,00 sebesar 5% yaitu 2 responden. Diikuti dengan pendapatan Rp10.000.001,00-12.500.000,00 sebesar 5% yaitu 2 responden. Diikuti dengan pendapatan Rp12.500.001,00-15.000.000,00 sebesar 2% yaitu 1 responden. Diikuti dengan pendapatan lebih dari Rp20.000.000,00 sebesar 2% yaitu 1 responden.

F. Analisis Data

1. Distribusi Frekuensi Variabel Tarif Pajak (X_1)

Terdapat tiga item pernyataan dalam variable Tarif Pajak yang diberikan kepada responden. Jawaban responden dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.5
Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Tarif Pajak (X_1)

Item	SS		S		R		TS		STS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
$X_{1.1}$	15	35%	22	51%	4	9%	2	5%	0	0%	4,163
$X_{1.2}$	16	37%	20	47%	5	12%	2	5%	0	0%	4,163

Item	SS		S		R		TS		STS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X _{1.3}	20	47%	17	40%	4	9%	2	5%	0	0%	4,279
Mean Variabel											4,202

Keterangan:

X_{1.1}: Saya membayar jumlah pajak hiburan sesuai tarif pajak yang dikenakan.

X_{1.2}: Tarif pajak hiburan yang dikenakan sesuai dengan kemampuan saya.

X_{1.3}: Tarif pajak hiburan 10% masih terjangkau bagi saya.

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui distribusi frekuensi variabel Tarif Pajak (X₁). Pernyataan pada item pertama (X_{1.1}) menyatakan bahwa Wajib Pajak sudah membayar pajak hiburan sesuai tarif yang ditentukan. Sebanyak 15 responden menjawab sangat setuju (35%), 22 responden menjawab setuju (51%), 4 responden menjawab ragu-ragu (9%), 2 responden menjawab tidak setuju (5%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan jawaban item X_{1.1} didapat rata-rata sebesar 4,163 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa Wajib Pajak telah membayar jumlah pajak hiburan sesuai tarif yang telah ditentukan.

Pernyataan pada item kedua (X_{1.2}) menyatakan bahwa Wajib Pajak merasa tarif pajak hiburan yang ditentukan sudah sesuai dengan kemampuan. Sebanyak 16 responden menjawab sangat setuju (37%), 20 responden menjawab setuju (47%), 5 responden menjawab ragu-ragu (12%), 2 responden menjawab tidak setuju (5%) dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan jawaban item X_{1.2} didapat rata-rata sebesar 4,163 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa Wajib Pajak merasa tarif pajak hiburan yang ditentukan sudah sesuai dengan kemampuan.

Pernyataan pada item ketiga (X_{1.3}) menyatakan bahwa Wajib Pajak merasa tarif pajak hiburan 10% masih terjangkau. Sebanyak 20 responden menjawab sangat

setuju (47%), 17 responden menjawab setuju (40%), 4 responden menjawab ragu-ragu (9%), 2 responden menjawab tidak setuju (5%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan jawaban item $X_{1.3}$ didapat rata-rata sebesar 4,279 yang menyatakan rata-rata responden netral terhadap pernyataan bahwa Wajib Pajak merasa tarif pajak hiburan 10% masih terjangkau.

Hasil keseluruhan rata-rata variabel tarif pajak adalah sebesar 4,202. Besarnya rata-rata tersebut diperoleh dari jawaban responden atas pernyataan yang diberikan pada item satu sampai dengan tiga tentang tarif pajak. Berdasarkan angka rata-rata tersebut, dapat disimpulkan rata-rata responden menjawab setuju dengan pernyataan yang diberikan mengenai tarif pajak.

2. Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Pajak (X_2)

Terdapat empat item pernyataan dalam variable Pengetahuan Pajak yang diberikan kepada responden. Jawaban responden dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.6

Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Pajak (X_2)

Item	SS		S		R		TS		STS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
$X_{2.1}$	17	40%	17	40%	6	14%	2	5%	1	2%	4,093
$X_{2.2}$	16	37%	22	51%	4	9%	0	0%	1	2%	4,209
$X_{2.3}$	8	19%	20	47%	10	23%	3	7%	2	5%	3,674
$X_{2.4}$	15	35%	19	44%	8	19%	1	2%	0	0%	4,116
Mean Variabel											4,023

Keterangan:

$X_{2.1}$: Saya mengetahui jika konser dikenai tarif pajak hiburan 10%.

$X_{2.2}$: Saya sadar untuk membayar pajak hiburan sesuai tarif yang dikenakan.

$X_{2.3}$: Saya mengetahui perhitungan pajak hiburan yang harus dibayarkan.

X_{2.4}: Saya disiplin dalam membayar tarif pajak hiburan.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui distribusi frekuensi variabel Pengetahuan Pajak (X₂). Pernyataan pada item pertama (X_{2.1}) menyatakan bahwa Wajib Pajak mengetahui jika konser dikenai tarif pajak hiburan 10%. Sebanyak 17 responden menjawab sangat setuju (40%), 17 responden menjawab setuju (40%), 6 responden menjawab ragu-ragu (14%), 2 responden menjawab tidak setuju (5%), dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju (2%). Total keseluruhan jawaban item X_{2.1} didapat rata-rata sebesar 4,093 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa Wajib Pajak mengetahui jika konser dikenai tarif pajak hiburan 10%.

Pernyataan pada item kedua (X_{2.2}) menyatakan bahwa Wajib Pajak sadar untuk membayar pajak hiburan sesuai tarif yang dikenakan. Sebanyak 16 responden menjawab sangat setuju (37%), 22 responden menjawab setuju (51%), 4 responden menjawab ragu-ragu (9%), tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju (2%). Total keseluruhan jawaban item X_{2.2} didapat rata-rata sebesar 4,209 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa Wajib Pajak sadar untuk membayar pajak hiburan sesuai tarif yang dikenakan.

Pernyataan pada item kedua (X_{2.3}) menyatakan bahwa Wajib Pajak mengetahui perhitungan pajak hiburan yang harus dibayarkan. Sebanyak 8 responden menjawab sangat setuju (19%), 20 responden menjawab setuju (47%), 10 responden menjawab ragu-ragu (23%), 3 responden menjawab tidak setuju (7%), dan 2 responden menjawab sangat tidak setuju (5%). Total keseluruhan jawaban item X_{2.3} didapat rata-rata sebesar 3,674 yang menyatakan rata-rata responden netral terhadap pernyataan bahwa Wajib Pajak mengetahui perhitungan pajak hiburan yang harus dibayarkan.

Pernyataan pada item kedua ($X_{2.4}$) menyatakan bahwa Wajib Pajak disiplin dalam membayar tarif pajak hiburan. Sebanyak 15 responden menjawab sangat setuju (35%), 19 responden menjawab setuju (44%), 8 responden menjawab ragu-ragu (19%), 1 responden menjawab tidak setuju (2%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan jawaban item $X_{2.4}$ didapat rata-rata sebesar 4,116 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa Wajib Pajak disiplin dalam membayar tarif pajak hiburan.

Hasil keseluruhan rata-rata variabel pengetahuan pajak adalah sebesar 4,023. Besarnya rata-rata tersebut diperoleh dari jawaban responden atas pernyataan yang diberikan pada item satu sampai dengan empat tentang pengetahuan wajib pajak. Berdasarkan angka rata-rata tersebut, dapat disimpulkan rata-rata responden menjawab setuju dengan pernyataan yang diberikan mengenai pengetahuan wajib pajak.

3. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Pembelian (Y)

Terdapat empat item pernyataan dalam variable Minat Pembelian yang diberikan kepada responden. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7

Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Minat Pembelian (Y)

Item	SS		S		R		TS		STS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y ₁	16	37%	22	51%	3	7%	2	5%	0	0%	4,209
Y ₂	11	26%	21	49%	7	16%	4	9%	0	0%	3,907
Y ₃	32	74%	10	23%	1	2%	0	0%	0	0%	4,721
Y ₄	27	63%	15	35%	0	0%	1	2%	0	0%	4,581
Y ₅	28	65%	13	30%	1	2%	0	0%	1	2%	4,558
Y ₆	31	72%	9	21%	3	7%	0	0%	0	0%	4,651
Y ₇	24	56%	17	40%	1	2%	1	2%	0	0%	4,488
Y ₈	29	67%	12	28%	0	0%	1	2%	1	2%	4,558
Y ₉	27	63%	15	35%	0	0%	1	2%	0	0%	4,581
Mean Variabel											4,473

Keterangan:

Y₁: Saya tetap membeli tiket konser dengan tarif pajak hiburan 10%.

Y₂: Saya tidak ragu membeli tiket konser dengan tarif pajak hiburan 10%.

Y₃: Jika saya punya uang saya akan membeli tiket konser idola saya.

Y₄: Jika saya ada waktu dan kesempatan saya akan membeli tiket konser idola saya.

Y₅: Membeli tiket konser idola saya adalah hal yang menyenangkan bagi saya.

Y₆: Menonton konser idola saya adalah hal yang menyenangkan bagi saya.

Y₇: Saya berminat membeli tiket konser idola saya.

Y₈: Saya sudah berencana sejak lama untuk membeli tiket konser idola saya.

Y₉: Saya berusaha untuk mendapatkan tiket konser idola saya.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui distribusi frekuensi variabel Minat Pembelian (Y). Pernyataan pada item pertama (Y₁) menyatakan bahwa masyarakat tetap membeli tiket konser dengan tarif pajak hiburan 10%. Sebanyak 16 responden menjawab sangat setuju (37%), 22 responden menjawab setuju (51%), 3 responden menjawab ragu-ragu (7%), 2 responden menjawab tidak setuju (5%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan jawaban item Y₁ didapat rata-rata sebesar 4,209 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa masyarakat tetap membeli tiket konser dengan tarif pajak hiburan 10%.

Pernyataan pada item kedua (Y₂) menyatakan bahwa masyarakat tidak ragu membeli tiket konser dengan tarif pajak hiburan 10%. Sebanyak 11 responden menjawab sangat setuju (26%), 21 responden menjawab setuju (49%), 7

responden menjawab ragu-ragu (16%), 4 responden menjawab tidak setuju (9%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan jawaban item Y₂ didapat rata-rata sebesar 3,907 yang menyatakan rata-rata responden netral terhadap pernyataan bahwa masyarakat tidak ragu membeli tiket konser dengan tarif pajak hiburan 10%.

Pernyataan pada item ketiga (Y₃) menyatakan bahwa masyarakat akan membeli tiket konser idolanya jika memiliki uang. Sebanyak 32 responden menjawab sangat setuju (74%), 10 responden menjawab setuju (23%), 1 responden menjawab ragu-ragu (2%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju serta sangat tidak setuju. Total keseluruhan jawaban item Y₃ didapat rata-rata sebesar 4,721 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa akan membeli tiket konser idolanya jika memiliki uang.

Pernyataan pada item keempat (Y₄) menyatakan bahwa masyarakat akan membeli tiket konser idolanya jika ada waktu dan kesempatan. Sebanyak 27 responden menjawab sangat setuju (63%), 15 responden menjawab setuju (35%), tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, 1 responden menjawab tidak setuju (2%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan jawaban item Y₄ didapat rata-rata sebesar 4,581 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa akan membeli tiket konser idolanya jika ada waktu dan kesempatan.

Pernyataan pada item kelima (Y₅) menyatakan bahwa masyarakat menganggap membeli tiket konser idolanya adalah hal yang menyenangkan. Sebanyak 28 responden menjawab sangat setuju (65%), 13 responden menjawab setuju (30%), 1 responden menjawab ragu-ragu (2%), tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju (2%). Total keseluruhan jawaban item Y₅ didapat rata-rata sebesar 4,558 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa membeli tiket konser idolanya adalah hal yang menyenangkan.

Pernyataan pada item keenam (Y_6) menyatakan bahwa masyarakat menganggap menonton tiket konser idolanya adalah hal yang menyenangkan. Sebanyak 31 responden menjawab sangat setuju (72%), 9 responden menjawab setuju (21%), 3 responden menjawab ragu-ragu (7%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju serta sangat tidak setuju. Total keseluruhan jawaban item Y_6 didapat rata-rata sebesar 4,651 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa menonton tiket konser idolanya adalah hal yang menyenangkan.

Pernyataan pada item ketujuh (Y_7) menyatakan bahwa masyarakat berminat membeli tiket konser idolanya. Sebanyak 24 responden menjawab sangat setuju (56%), 17 responden menjawab setuju (40%), 1 responden menjawab ragu-ragu (2%), 1 responden menjawab tidak setuju (2%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Total keseluruhan jawaban item Y_7 didapat rata-rata sebesar 4,488 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa masyarakat berminat membeli tiket konser idolanya.

Pernyataan pada item kedelapan (Y_8) menyatakan bahwa masyarakat sudah berencana sejak lama untuk membeli tiket konser idolanya. Sebanyak 29 responden menjawab sangat setuju (67%), 12 responden menjawab setuju (28%), tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, 1 responden menjawab tidak setuju (2%), dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju (2%). Total keseluruhan jawaban item Y_8 didapat rata-rata sebesar 4,558 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa masyarakat sudah berencana sejak lama untuk membeli tiket konser idolanya.

Pernyataan pada item kesembilan (Y_9) menyatakan bahwa masyarakat berusaha untuk mendapatkan tiket konser idolanya. Sebanyak 27 responden menjawab sangat setuju (63%), 15 responden menjawab setuju (35%), tidak ada responden yang menjawab ragu-ragu, 1 responden menjawab tidak setuju (2%), dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju (2%). Total keseluruhan jawaban

item Y₉ didapat rata-rata sebesar 4,581 yang menyatakan rata-rata responden setuju terhadap pernyataan bahwa masyarakat berusaha untuk mendapatkan tiket konser idolanya.

Hasil keseluruhan rata-rata variabel minat pembelian adalah sebesar 4,473. Besarnya rata-rata tersebut diperoleh dari jawaban responden atas pernyataan yang diberikan pada item satu sampai dengan sembilan tentang minat pembelian. Berdasarkan angka rata-rata tersebut, dapat disimpulkan rata-rata responden menjawab setuju dengan pernyataan yang diberikan mengenai minat pembelian.

4. Pengujian Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, validitas yang diuji adalah validitas konstruk konstruk, yang mencakup analisis hubungan antara setiap item pernyataan dengan total skor variabel. Uji validitas dilakukan menggunakan metode korelasi *Pearson's Product Moment* dengan kriteria item dinyatakan valid jika nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3 yang menunjukkan adanya hubungan positif antara item dengan keseluruhan variabel yang diwakilinya. Dengan melihat tabel *r two tail* sebagai patokan, setiap item dalam variabel dapat dikatakan *valid* apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berikut adalah hasil dari uji validitas masing-masing variabel penelitian dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 4.8

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Tarif Pajak (X₁)

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X _{1.1}	0,53	0,51	Valid
X _{1.2}	0,53	0,51	Valid
X _{1.3}	0,65	0,51	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada variabel tarif pajak yang dapat dilihat pada tabel 4.8, diperoleh hasil bahwa 3 item pernyataan dalam kuisioner memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} sehingga seluruh item dinyatakan *valid*.

Tabel 4.9

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Pajak (X_2)

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
$X_{2.1}$	0,80	0,514	Valid
$X_{2.2}$	0,84	0,514	Valid
$X_{2.3}$	0,70	0,514	Valid
$X_{2.4}$	0,79	0,514	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrument penelitian pada variabel pengetahuan pajak yang dapat dilihat pada tabel 4.9, diperoleh hasil bahwa 4 item pernyataan dalam kuisioner memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} sehingga seluruh item dinyatakan *valid*.

Tabel 4.10

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pembelian (Y)

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y_1	0,65	0,514	Valid
Y_2	0,58	0,514	Valid
Y_3	0,52	0,514	Valid
Y_4	0,69	0,514	Valid
Y_5	0,67	0,514	Valid
Y_6	0,53	0,514	Valid
Y_7	0,73	0,514	Valid
Y_8	0,61	0,514	Valid
Y_9	0,66	0,514	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrument penelitian pada variabel minat pembelian yang dapat dilihat pada tabel 4.10, diperoleh hasil bahwa 9 item pernyataan dalam kuisioner memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} sehingga seluruh item dinyatakan *valid*.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan apakah suatu kumpulan data berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Banyak metode statistik mengasumsikan bahwa data berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, hasil analisis statistik yang kita lakukan bisa menjadi tidak valid atau kurang akurat. Uji normalitas kali ini dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* dimana data dikatakan terdistribusi normal apabila nilai *Asymp. Sig.* lebih dari 0,05. Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.11
Tabel Hasil Uji Normalitas

N		43
Normal Parameters	Mean	,000000000
	Std. Deviation	,197660629
Most Extreme Diference	Absolute	0,14
	Positive	0,07
	Negative	0,00
Test Statistic		0,14
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,07 ^{c,d}

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,07. Sehingga dapat disimpulkan uji normalitas dalam penelitian ini terpenuhi dengan nilai signifikansi $0,07 > 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah sebuah prosedur statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi adanya korelasi yang tinggi atau hubungan linear yang kuat antara dua atau lebih variabel bebas dalam sebuah model regresi. Untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas dilihat melalui nilai *Tolerance* dan nilai Variance Inflation Factor. Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.12

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Colleniarity statistic	
	<i>Tolerance</i>	VIF
Tarif Pajak	0.910335334	1.098496304
Pengetahuan Pajak	0.208801368	4.789240659

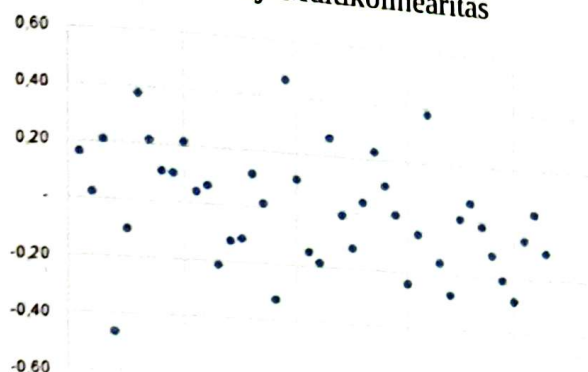
Berdasarkan hasil perhitungan yang terlampir dalam tabel 4.12 menunjukkan nilai *tolerance* seluruh variabel bebas $> 0,10$ dan nilai VIF seluruh variabel bebas < 10 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Sederhananya, uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah varian dari error atau sisaan dalam model regresi bersifat konstan atau tidak. Metode yang digunakan adalah *scatterplot*. Jika tidak ada pola yang terbentuk dengan jelas dan titik-titik

menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.1
Hasil Uji Multikolinearitas



Hasil uji heteroskedastisitas variabel tarif pajak dan pengetahuan pajak terhadap minat pembelian menunjukkan bahwa titik-titik pada *scatterplot* tersebar di atas dan di bawah angka 0. Titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu dengan jelas dan teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam data.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah sebuah prosedur statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara pengamatan pada suatu periode dengan pengamatan pada periode sebelumnya dalam suatu data runtut waktu. Sederhananya, uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pola ketergantungan antara data yang berurutan. Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan metode *Durbin-Watson*. Statistik uji *Durbin-Watson* (d) memiliki nilai antara 0 dan 4. Hasil uji autokorelasi *Durbin-Watson* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.13

Tabel Hasil Uji Autokorelasi

DW	1,929
dL	1,415
dU	1,609
4-dU	2,391
4-dL	2,585

Dari tabel 4.13, diketahui nilai dU dari 2 variabel untuk 43 responden adalah 1,609. Nilai 4-dU adalah 2,391. Dari nilai tersebut maka diketahui nilai DW diantara nilai dU dan 4-dU, sehingga dapat disimpulkan jika tidak terjadi autokorelasi data.

3) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Pada penelitian ini adalah Tarif Pajak dan Pengetahuan Pajak terhadap Minat Pembelian Tiket Konser K-Pop di Indonesia. Model regresi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>
Intercept	0,47	0,10	4,83	0,000020560201255
Tarif Pajak	-0,14	0,05	-2,88	0,006428666006916
Pengetahuan Pajak	0,66	0,05	13,06	0,000000000000001

Hasil persamaan regresi linear dalam penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

$$Y = 0,47 + (-0,14) X_1 + 0,66 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Minat Pembelian Tiket Konser K-Pop

α = *Intercept* (konstanta)

X_1 = Tarif Pajak

X_2 = Pengetahuan Pajak

β_1 dan β_2 = Koefisien regresi

ϵ = Galat (*error term*)

Dari persamaan tersebut, dapat dijabarkan sebagai berikut:

- e. Nilai konstanta (α) sebesar 0,47 artinya apabila variabel bebas yaitu Tarif Pajak (X_1) dan Pengetahuan Pajak (X_2) adalah nol (tanpa adanya pengaruh), maka nilai Minat Pembelian (Y) adalah 0,47.
- f. Koefisien regresi variabel Tarif Pajak (X_1) sebesar -0,14 menunjukkan arti bahwa Tarif Pajak (X_1) memiliki hubungan signifikan pada minat pembelian meskipun hubungan yang diindikasikan adalah negatif. Jika variabel tarif pajak meningkat, maka minat pembelian akan cenderung meningkat sebesar 0,14 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, atau semakin baik tarif pajak yang ditetapkan maka semakin baik minat pembelian tiket konser.
- g. Koefisien regresi variabel Pengetahuan Pajak (X_2) sebesar 0,66 menunjukkan arti bahwa Pengetahuan Pajak (X_2) memiliki hubungan positif pada minat pembelian. Jika variabel pengetahuan pajak meningkat, maka minat pembelian akan cenderung meningkat sebesar 0,66 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, atau semakin baik pengetahuan pajak maka semakin baik minat pembelian tiket konser.

4) Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi (*Sig*) *t* yaitu *t*_{hitung} dengan *t*_{tabel} dengan batas signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,050 ($\alpha = 5\%$). Kriteria pengambilan keputusan jika nilai probabilitas signifikansi (*Sig*) *t* < 0,050 maka secara parsial variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan apabila nilai probabilitas signifikansi (*Sig*) *t* > 0,050 maka secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Hasil pengujian hipotesis menggunakan Uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.15

Hasil Uji t

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>
Intercept	0,47	0,10	4,83	0,000020560201255
Tarif Pajak	-0,14	0,05	-2,88	0,006428666006916
Pengetahuan Pajak	0,66	0,05	13,06	0,000000000000001

Dari hasil uji t diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

- Uji parsial variabel Tarif Pajak (X_1) terhadap variabel Minat Pembelian didapat nilai *t*_{hitung} (-2,88) atau nilai *P-value* sebesar 0,0064 lebih dari alpha (0,050) maka dapat dikatakan variabel Tarif Pajak berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Pembelian.
- Uji parsial variabel Pengetahuan Pajak (X_2) terhadap variabel Minat Pembelian didapat nilai *t*_{hitung} (13,06) atau nilai *P-value* sebesar 0,000000000000001 kurang dari alpha (0,050) maka dapat dikatakan variabel Pengetahuan Pajak berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Pembelian.

b. Uji F

Uji F atau uji anova dilakukan dengan cara membandingkan nilai probabilitas signifikansi (Sig) F yaitu F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan batas signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,050 ($\alpha = 5\%$). Uji F untuk menguji apakah model regresi secara keseluruhan signifikan (untuk pengaruh bersama antara X_1 dan X_2 terhadap Y). Kriteria pengambilan keputusan jika nilai probabilitas signifikansi (Sig) $F < 0,050$ atau hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka secara bersama-sama variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan, jika nilai probabilitas signifikansi (Sig) $F > 0,050$ atau hasil perhitungan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki c. pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Hasil pengujian hipotesis menggunakan Uji F dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.16

Tabel Uji F

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	2	7,84	3,92	95,59	0,0000000000000001
Residual	40	1,64	0,04		
Total	42	9,48			

Dari hasil Uji F pada table 4.13, didapat nilai F_{hitung} (95,59) lebih dari F_{tabel} (2,830) atau nilai Sig. (0, 0000000000000001) kurang dari alpha (0,050) menunjukkan bahwa variabel Tarif Pajak dan Pengetahuan Pajak berpengaruh terhadap Minat Pembelian secara simultan.

5) Pembahasan

a. Pengaruh Tarif Pajak Terhadap Minat Pembelian

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah tarif pajak berpengaruh positif terhadap minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia.

Berdasarkan analisa regresi linear berganda diketahui bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel Tarif Pajak memiliki nilai t_{hitung} (-2,88) atau nilai $P-value$ sebesar 0,0064 lebih dari alpha (0,050). Artinya variabel Tarif Pajak berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Pembelian meskipun hubungan yang diindikasikan adalah negatif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wicaksana (2021) dengan judul "Pengaruh Self Assessment System, Tarif Pajak, dan Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hiburan di Kota Batu". Dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai t_{hitung} (4,363) dengan nilai $Sig.$ (0,000) kurang dari alpha (0,050). Artinya, variabel Tarif Pajak berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Pembelian.

b. Pengaruh Pengetahuan Pajak Terhadap Minat Pembelian

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia. Berdasarkan analisa regresi linear berganda diketahui bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel Tarif Pajak memiliki nilai t_{hitung} (13,06) atau nilai $P-value$ sebesar 0,000000000000001 kurang dari alpha (0,050) maka dapat dikatakan variabel Pengetahuan Pajak berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wicaksana (2021) dengan judul "Pengaruh Self Assessment System, Tarif Pajak, dan Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hiburan di Kota Batu". Dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai t_{hitung} (5,053) dengan nilai $Sig.$ (0,000) kurang dari alpha (0,050). Artinya, variabel Pengetahuan Pajak berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Pembelian.

c. Pengaruh Tarif Pajak dan Pengetahuan Pajak Terhadap Minat Pembelian

Dari hasil uji F (simultan) diketahui bahwa variabel Tarif Pajak (X_1) dan Pengetahuan Pajak (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian (Y). Penelitian ini menunjukkan bahwa minat pembelian tiket konser K-Pop dipengaruhi bersama-sama oleh tarif pajak dan pengetahuan pajak. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang diperoleh F_{hitung} (95,59) lebih dari F_{tabel} (2,830) atau nilai Sig. (0, 0000000000000001) kurang dari alpha (0,050). Diketahui penelitian yang dilakukan oleh Wicaksana (2021) dengan judul "Pengaruh Self Assessment System, Tarif Pajak, dan Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hiburan di Kota Batu" juga menunjukkan hal yang sama, dimana variabel *Self Assessment System* (X_1), Tarif Pajak (X_2), dan Pengetahuan Wajib Pajak (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Y) dengan nilai F_{hitung} (30,648) lebih dari F_{tabel} (30,648) dengan nilai signifikansi 0,0000.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh tarif pajak dan pengetahuan pajak terhadap minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa tarif pajak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian tiket konser K-Pop di Indonesia. Semakin baik tarif pajak yang ditetapkan maka semakin baik minat pembelian tiket konser. Pengetahuan pajak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian tiket konser. Semakin Wajib Pajak memiliki pengetahuan tentang perpajakan, maka semakin baik minat pembelian tiket konser. Sedangkan hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa tarif pajak dan pengetahuan pajak berpengaruh terhadap minat pembelian tiket konser di Indonesia.

B. Saran

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan faktor-faktor yang lebih spesifik dan lebih kuat dalam mempengaruhi baik menghambat atau mendorong minat pembelian tiket konser.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, W. H. (1952). Taxation in the United States. *The Journal of FINANCE*, 9(4).
- Harisnanda, R., Setiawan, W., & Sudarmanti, R. (2023). Fenomenologi Minat Pembelian Tiket Konser Pasca Pandemi: War Tiket Konser Coldplay Jakarta Tahun 2023. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(9), 2905–2926.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Mardiasmo. (2011). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2007). *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah*.
- Rosyada, N. A. (2024). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian dalam Kajian Theory of Planned Behavior (Studi Kasus: Konser August D-Day Tour in Jakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Sari, R. T. N. (2024). *Analisis Tingkat Pengetahuan Perpajakan dan Persepsi Penggemar Korean Pop pada Tiket yang Dikenakan Pajak Hiburan Jenis Konser Musik dan Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Tiket Konser*. Universitas Satya Negara Indonesia.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: PT Indeks Perata Puri Media.
- Setiyani, N. M., Andini, R., & Oemar, A. (2018). Pengaruh Motivasi Wajib Pajak dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Kesadaran Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening. *Journal of Accounting*, 4(4).
- Soemitro, R. (1988). *Pengantar Singkat Hukum Pajak*. Bandung: PT Eresco.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulastri, & Kholis, N. (2022). Pengaruh Insentif Pajak Dan Subsidi Upah Pandemi Covid-19 Terhadap Daya Beli Masyarakat. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 7(1), 53–64.
- Wicaksana, H. S. (2021). Pengaruh Self Assessment System, Tarif Pajak, dan Pengetahuan Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Hiburan di Kota Batu. Universitas Brawijaya.

LAMPIRAN

1. Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Pengaruh Tarif Pajak Hiburan Terhadap Minat Pembelian Tiket Konser K-Pop di Indonesia

Perkenalkan saya Nindya Vara Dheninta mahasiswa jurusan Perpajakan Politeknik Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian mengenai "PENGARUH TARIF PAJAK HIBURAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSER K-POP DI INDONESIA".

Sehubungan dengan itu, saya membutuhkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden dalam pengisian kuisisioner penelitian ini. Saya harapkan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi dengan jawaban yang valid. Jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara/i melalui kuisisioner ini dijamin kerahasiaannya dan hanya bertujuan untuk kepentingan akademis semata. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu mengisi kuisisioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

A. IDENTITAS RESPONDEN

- a. Nama :
- b. Usia : 16-20 tahun/21-25 tahun/26-30 tahun/31-35 tahun/36-40 tahun/41-45 tahun/>45 tahun
- c. Pendidikan Terakhir : SMP/SMA/D1/D/D3/D4/S1/S2/S3
- d. Pendapatan/Bulan : Rp500.000,00- Rp 2.500.000,00/ Rp 2.500.001,00- Rp 5.000.000,00/ Rp 5.000.001,00- Rp 7.500.000,00/ Rp 7.500.001,00- Rp 10.000.000,00/ Rp 10.000.001,00- Rp 12.500.000,00/ Rp 12.500.001,00- Rp 15.000.000,00/ Rp 15.000.001,00- Rp 17.500.000,00/ Rp 17.500.001,00- Rp 20.000.000,00/> Rp 20.000.000,00
- e. Pekerjaan :

B. DAFTAR PERNYATAAN

Petunjuk pengisian :

- 1 : Sangat Setuju
- 2 : Setuju
- 3 : Ragu-ragu

4 : Tidak Setuju

5 : Sangat Tidak Setuju

Pernyataan	1	2	3	4	5
Saya mengetahui jika konser dikenai tarif pajak hiburan 10%					
Saya sadar untuk membayar pajak hiburan sesuai tarif yang dikenakan					
Tarif pajak hiburan yang dikenakan sesuai dengan kemampuan saya					
Saya membayar jumlah pajak hiburan sesuai tarif pajak yang dikenakan					
Tarif pajak hiburan 10% masih terjangkau bagi saya					
Saya mengetahui perhitungan pajak hiburan yang harus dibayarkan					
Saya disiplin dalam membayar tarif pajak hiburan					
Saya tetap membeli tiket konser dengan tarif pajak hiburan 10%					
Saya tidak ragu membeli tiket konser dengan tarif pajak hiburan 10%					
Jika saya punya uang saya akan membeli tiket konser					
Jika saya ada waktu dan kesempatan saya akan membeli tiket konser					
Membeli tiket konser adalah hal yang menyenangkan bagi saya					
Menonton konser adalah hal yang menyenangkan bagi saya					
Saya berminat membeli tiket konser					
Saya sudah berencana sejak lama untuk membeli tiket konser idola saya					

Saya berusaha untuk mendapatkan tiket konser idola saya					
---	--	--	--	--	--

2. Tabel Hasil Penelitian

No.	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	Y ₇	Y ₈	Y ₉
1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
2	2	3	3	2	2	3	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1
3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2
4	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	2	1	2
5	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
6	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1	2
7	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2
8	2	2	1	2	2	2	2	1	3	1	2	1	2	2	1	2
9	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	2	2
10	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2
11	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2
12	1	1	1	1	2	3	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2
13	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
14	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	1	1	2	1	1
15	2	2	1	1	2	2	3	2	2	1	1	2	1	1	2	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
17	3	3	3	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	2	5	5	5	4	3	4	3	4	5	3	4	5	4
20	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1
21	3	3	3	2	2	3	3	2	3	1	1	2	1	2	1	1
22	3	2	2	3	2	4	2	3	4	1	2	1	1	2	1	1
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2
24	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
25	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	1	2	1	1	2	1
26	2	2	2	1	2	3	2	2	3	1	2	1	1	2	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
28	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	3	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	1
31	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2
32	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	2	2
33	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	2	1	1	1	1	5	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

36	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1
37	2	3	2	3	2	4	3	4	4	1	2	1	1	2	2	2
38	2	2	2	4	1	3	3	4	4	2	1	2	1	1	1	1
39	1	1	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
40	2	1	2	1	2	4	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1
41	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
42	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
43	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0,91
R Square	0,83
Adjusted R Square	0,82
Standard Error	0,20
Observations	43,00

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	2,00	7,84	3,92	95,59	0,000000000000001
Residual	40,00	1,64	0,04		
Total	42,00	9,48			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95,0%	Upper 95,0%
Intercept	0,47	0,10	4,83	0,000020560201255	0,27	0,87	0,27	0,87
X1	0,14	0,05	2,88	0,006428666006916	0,24	0,04	0,24	0,04
X2	0,66	0,05	13,06	0,000000000000001	0,56	0,76	0,56	0,76

Hasil Uji Heteroskedastisitas

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0,49784402
R Square	0,247848668
Adjusted R Square	0,210241102
Standard Error	0,106405466
Observations	43

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	2	0,149234498	0,074617249	6,590393655	0,003358185
Residual	40	0,452884927	0,011322123		
Total	42	0,602119425			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95,0%	Upper 95,0%
Intercept	0,085208292	0,051473767	1,655373164	0,105675053	-0,018824071	0,189240656	-0,018824071	0,189240656
X1	-0,064648546	0,025743853	-2,511222642	0,016172263	-0,116678813	-0,012618279	-0,116678813	-0,012618279
X2	0,094341202	0,026619951	3,544003539	0,001020258	0,040540273	0,148142131	0,040540273	0,148142131

3. Foto Penyebaran Kuisisioner

