

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, KENAIKAN PAJAK  
PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN LITERASI PAJAK TERHADAP  
PERILAKU KONSUMEN DENGAN TINGKAT KESADARAN PAJAK  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
AKUNTANSI UNIVERSITAS PUTRA INDONESIA YPTK PADANG)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi*

*Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi*



**Diajukan Oleh :**

**Alcia Mayuri**  
**21101155110195**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PUTRA INDONESIA “YPTK” PADANG**

**2025**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Penggunaan *E-commerce*, Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Literasi Pajak terhadap Perilaku Konsumen dengan Tingkat Kesadaran Pajak sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Putra Indonesia YPTK Padang). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden yaitu mahasiswa Akuntansi Bp 21 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Survei dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling* dan *accidental sampling* dan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumen. Literasi pajak secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen. Tingkat Kesadaran Pajak mampu memoderasi Penggunaan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumen. Tingkat Kesadaran Pajak tidak mampu memoderasi Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai dan Literasi Pajak terhadap Perilaku Konsumen.

**Kata Kunci : Penggunaan E-Commerce, Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai, Literasi Pajak, Perilaku Konsumen dan Tingkat Kesadaran Pajak**

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the Effect of the Use of E-commerce, Value Added Tax (VAT) Increase and Tax Literacy on Consumer Behavior with Tax Awareness Level as a Moderation Variable (Case Study on Accounting Students of Universitas Putra Indonesia YPTK Padang). The data used in this study is primary data obtained by distributing questionnaires directly to respondents, namely Bp 21 Accounting students, Faculty of Economics and Business, Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang. The sampling technique used was Survey using the purposive sampling and accidental sampling approaches and the analysis method used was multiple linear regression analysis using SPSS version 26.*

*The results of this study show that the use of e-commerce partially has a positive and significant effect on consumer behavior. The increase in Value Added Tax has no effect and is not significant on Consumer Behavior. Tax literacy has no effect and is not significant on consumer behavior. The Tax Awareness Level is able to moderate the Use of E-Commerce on Consumer Behavior. The level of Tax Awareness is not able to moderate the Increase in Value Added Tax and Tax Literacy on Consumer Behavior.*

**Keywords:** *Use of E-Commerce, Value Added Tax Increase, Tax Literacy, Consumer Behavior and Tax Awareness Level*

