

## Persepsi Mahasiswa Terhadap Pengenaan PPN di Kafe: Studi Kasus Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung

**Marsha Nur Fauziah**  
UIN Sunan Gunung Djati Bandung

**Rhegina Aurellyza Kustiawan**  
UIN Sunan Gunung Djati Bandung

**Gina Sakinah**  
UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Alamat: Jl. Cimincrang, Cimenerang, Kec. Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat  
Korespondensi penulis: [marshanf25@gmail.com](mailto:marshanf25@gmail.com), [rhellyzaa@gmail.com](mailto:rhellyzaa@gmail.com),  
[ginasakinah1004@uinsgd.ac.id](mailto:ginasakinah1004@uinsgd.ac.id).

### Abstract

*This study aims to describe the perceptions of UIN Sunan Gunung Djati Bandung students towards the imposition of Value Added Tax (VAT) on transactions in cafes, especially after the rate increases to 11% as of April 1, 2022 in accordance with the Harmonization of Tax Regulations Act. The method used is descriptive qualitative with a case study approach through in-depth interviews with three students. The results show that although students understand the concept of VAT, their perceptions of its impact vary. Some accept VAT as normal if accompanied by commensurate services, while others feel burdened by price increases. Factors such as tax literacy, economic conditions and café convenience influence their attitudes. This study emphasizes the importance of fiscal education and price transparency to increase VAT acceptance among university students.*

**Keywords:** VAT, students, cafes, perception, consumption

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan persepsi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada transaksi di kafe, terutama setelah tarifnya naik menjadi 11% per 1 April 2022 sesuai UU Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara secara mendalam terhadap tiga mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memahami konsep PPN, persepsi mereka terhadap dampaknya beragam. Sebagian menerima PPN sebagai hal wajar jika disertai layanan yang sepadan, sementara lainnya merasa terbebani oleh kenaikan harga. Faktor seperti literasi pajak, kondisi ekonomi, dan kenyamanan kafe memengaruhi sikap mereka. Penelitian ini menekankan pentingnya edukasi fiskal dan transparansi harga untuk meningkatkan penerimaan PPN di kalangan mahasiswa.

**Kata kunci:** PPN, mahasiswa, kafe, persepsi, konsumsi

### Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no

886 Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.35

9 Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed

under a [creative](#)

[commons attribution-](#)  
[noncommercial](#)

[4.0 international license](#)

## LATAR BELAKANG

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan salah satu komponen utama dalam sistem perpajakan Indonesia yang berperan strategis dalam menopang penerimaan negara dan pembangunan nasional (Pratama & Furqon, 2025)(Fahrianisa, 2025). PPN dikenakan atas konsumsi barang dan jasa di dalam negeri, termasuk layanan makanan dan minuman yang disediakan oleh kafe dan restoran. Seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda, penerapan PPN pada sektor jasa makanan dan minuman menjadi semakin relevan untuk dikaji, terutama karena mahasiswa merupakan kelompok konsumen yang aktif melakukan transaksi di kafe untuk berbagai kebutuhan, mulai dari aktivitas akademik hingga rekreasi (Muawanah, 2019)(Fahrianisa, 2025).

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memiliki kecenderungan konsumsi yang tinggi di kafe, didorong oleh kebutuhan akan suasana yang nyaman, akses internet, serta ruang untuk belajar dan bersosialisasi (Muawanah, 2019). Namun, pemahaman mereka terhadap keberadaan PPN dan tujuan pengenaannya masih sangat bervariasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Fahrianisa et al. (2025), yang menemukan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi secara signifikan oleh kebijakan PPN, literasi keuangan, dan penggunaan e-wallet. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, semakin bijak pula mereka dalam mengelola konsumsi dan pengeluaran, termasuk dalam menyikapi pengenaan PPN pada transaksi sehari-hari.

Penelitian Pratama & Furqon (2024) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengungkapkan bahwa mayoritas mahasiswa menyadari adanya kebijakan kenaikan PPN, namun pemahaman mereka terhadap tujuan dan dampak kebijakan masih beragam. Dampak kenaikan PPN dirasakan terutama pada pengeluaran sehari-hari, sehingga memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Persepsi keadilan terhadap kebijakan ini juga bervariasi tergantung latar belakang sosial ekonomi mahasiswa. Penelitian ini merekomendasikan agar pemerintah meningkatkan strategi komunikasi dan edukasi fiskal yang lebih inklusif kepada mahasiswa.

Penelitian lain juga menyoroti pentingnya literasi pajak dalam membentuk kesadaran dan kepatuhan pajak mahasiswa. Studi Lailia et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran pajak mahasiswa, khususnya mahasiswa akuntansi yang mendapatkan pembelajaran perpajakan secara formal. Semakin tinggi literasi pajak, semakin tinggi pula kesadaran dan kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan, termasuk dalam memahami mekanisme PPN pada transaksi konsumsi.

Selain itu, penelitian di Kota Madiun oleh Fahrianisa et al. (2025) menunjukkan bahwa PPN berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sementara literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan. Artinya, mahasiswa yang literasi keuangannya tinggi cenderung lebih bijak dan kritis dalam menghadapi pengenaan PPN, sedangkan mahasiswa dengan literasi keuangan rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif meski ada beban PPN. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi dan literasi pajak sangat penting untuk membentuk sikap rasional mahasiswa terhadap kebijakan fiskal.

Sementara itu, fenomena gaya hidup mahasiswa yang gemar mengunjungi kafe bukan hanya untuk konsumsi makanan dan minuman, tetapi juga untuk menikmati fasilitas, suasana, dan kenyamanan, semakin memperkuat urgensi penelitian tentang persepsi mahasiswa terhadap PPN di kafe (Muawanah, 2019). Penelitian-penelitian tersebut membuktikan bahwa mahasiswa tidak hanya mempertimbangkan aspek harga, namun juga nilai tambah yang ditawarkan oleh kafe, sehingga persepsi mereka terhadap PPN sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor non-ekonomi seperti kenyamanan, transparansi harga, dan pelayanan.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung menjadi objek yang sangat relevan untuk mengkaji bagaimana kelompok terdidik ini memahami, merespons, dan menilai pengenaan PPN pada transaksi di kafe. Penelitian ini

diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai tingkat kesadaran, sikap, serta faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap PPN. Temuan ini penting sebagai masukan bagi pembuat kebijakan fiskal untuk merancang strategi edukasi dan kebijakan pajak yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan generasi muda dan mahasiswa.

## **KAJIAN TEORITIS**

Pajak dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai kontribusi yang harus dibayarkan oleh masyarakat sebagai sumbangan kepada negara. Pajak merupakan kewajiban yang harus dibayarkan kepada negara oleh individu atau entitas yang bersifat mengikat menurut hukum, tanpa menerima imbalan langsung dan dipergunakan untuk kepentingan negara demi kesejahteraan rakyat yang optimal (UU No.28 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 1). Fungsi pajak mencakup, antara lain, sebagai penerimaan atau anggaran (budgeter), sebagai pengatur (regulerend), sebagai penjaga stabilitas, dan sebagai redistribusi pendapatan. Jenis-jenis tarif pajak meliputi tarif pajak proposional, tarif pajak progresif, tarif pajak regresif, serta tarif pajak tetap.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak yang ditetapkan dan dibayarkan oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP), tetapi ditanggung oleh pengguna akhir. Sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP), diharuskan untuk memungut, menyetor, serta melaporkan PPN yang terutang (Utami, 2025). Objek PPN mencakup Penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) dan Jasa Kena Pajak (JKP) di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh otoritas, impor BKP serta pemanfaatan JKP/BKP tidak berwujud dari luar Daerah Pabean ke dalam Daerah Pabean, dan Ekspor BKP dan JKP. Subjek PPN mencakup Pengusaha Kena Pajak (PKP), yang bisa berupa individu maupun entitas, yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) atau Jasa Kena Pajak (JKP), dan dikenakan pajak sesuai UU PPN (Badan Kebijakan Fiskal Kemenkeu). Sebelumnya, tingkat PPN di Indonesia selama bertahun-tahun tetap di angka 10%. Namun, mulai 1 April 2022, pemerintah secara resmi meningkatkan tarif PPN menjadi 11%. Peningkatan ini ditentukan berdasarkan Pasal 7 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 mengenai Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP).

Perilaku konsumen merupakan analisis mengenai tindakan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, serta menilai produk dan layanan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Esensi dari pemasaran adalah menemukan kebutuhan yang belum dipenuhi dan menyediakan produk serta layanan yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Faktor yang memengaruhi pandangan konsumen meliputi, usia, penghasilan, pekerjaan, situasi ekonomi, pola hidup, dan karakter. Faktor sosial juga bisa memengaruhi konsumen, seperti kerabat dan sahabat (Nurfila, Rinaldi & Fitriyana, 2024). Pajak, terutama Pajak Pertambahan Nilai (PPN), berpengaruh langsung terhadap harga akhir yang harus dibayar konsumen. Saat harga naik akibat pajak, kemampuan beli konsumen akan terpengaruh, terutama jika barang atau jasa tersebut bersifat elastis (mudah diganti atau tidak merupakan kebutuhan pokok). Dalam konteks ini, keputusan untuk berbelanja sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap harga dan nilai manfaat dari barang atau jasa yang dikenakan pajak.

Mahasiswa sebagai konsumen memiliki ciri-ciri unik yang dipengaruhi oleh usia muda (18-25 tahun), keadaan ekonomi yang biasanya terbatas, serta kepekaan tinggi terhadap harga. Sebagai generasi yang masih mengandalkan uang saku dari orang tua, mahasiswa biasanya sangat sensitif terhadap harga dan promosi saat membuat keputusan konsumsi (Lakuy & Sopacua, 2025)(Alfan, 2019). Gaya hidup konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh aspek sosial dan budaya, dimana berkumpul di kafe menjadi kegiatan penting untuk bersosialisasi dan mengekspresikan identitas, terutama di kalangan mahasiswa di kota (Lakuy & Sopacua, 2025). Konsumsi sosial ini kerap kali dipengaruhi oleh tren dan dampak media sosial, yang memotivasi mahasiswa untuk mengadopsi gaya hidup serta produk yang sedang diminati demi memperoleh pengakuan sosial (Nadhifah, et al., 2024)(Lakuy & Sopacua, 2025).

Dalam aspek sensitivitas harga, mahasiswa sangat responsif terhadap peningkatan biaya, termasuk tambahan pajak seperti Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Kenaikan harga akibat PPN pada transaksi di kafe bisa membuat mahasiswa mengurangi kebiasaan makan di luar atau

mencari opsi yang lebih hemat, seperti promo atau lokasi yang lebih murah (Lakuy & Sopacua, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memikirkan kebutuhan fungsional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor emosional dan sosial dalam perilaku konsumsi, sehingga biaya tambahan seperti PPN cukup berdampak pada persepsi dan keputusan konsumsi mereka (Lakuy & Sopacua, 2025)(Widyadhana, et al., 2024).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam persepsi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung mengenai penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada transaksi di kafe. Metode ini dipilih karena peneliti ingin mengeksplorasi sudut pandang dan pengalaman langsung mahasiswa, tanpa mengandalkan angka atau data statistik. Penelitian ini berupaya menangkap arti dari perspektif mahasiswa dengan cara yang lebih bebas dan alami.

Model dalam penelitian ini melihat keterkaitan antara pemahaman mahasiswa terhadap PPN, persepsi mereka terhadap harga di kafe, serta keputusan mereka untuk membeli atau tidak. Penelitian ini berfokus pada pengalaman dan pendapat mahasiswa sebagai konsumen muda yang cukup aktif dalam aktivitas konsumsi di kafe. Dengan pendekatan ini, peneliti berharap bisa memahami bagaimana mahasiswa merespons kebijakan PPN dalam kehidupan sehari-hari mereka secara nyata.

Subjek penelitian ini terdiri dari tiga mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang telah melakukan transaksi di kafe setidaknya dua kali dalam sebulan terakhir. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan yang sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informasi diperoleh melalui wawancara mendalam dengan menggunakan pedoman pertanyaan semi-terstruktur. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan berhubungan dengan kebiasaan pengunjung kafe, pemahaman mereka mengenai PPN, pandangan mereka tentang harga yang dikenakan pajak, dan dampak pajak pada keputusan mereka dalam membeli makanan atau minuman di kafe.

Setelah pengumpulan data, peneliti menganalisisnya dengan mengikuti tahapan analisis yang ditentukan oleh Miles dan Huberman. Langkah-langkah ini mencakup pengurangan data, representasi data, dan penarikan kesimpulan (Rijali, 2018). Data yang telah dikumpulkan dari wawancara dirangkum dan dikategorikan sesuai tema, lalu dianalisis untuk mengidentifikasi pola atau kecenderungan dari setiap jawaban.

Model dalam penelitian ini mengamati hubungan antara pemahaman mahasiswa mengenai PPN, pandangan mereka tentang harga di kafe, serta pilihan mereka untuk melakukan pembelian atau tidak. Penelitian ini mengeksplorasi pandangan dan pengalaman mahasiswa sebagai konsumen muda yang cukup terlibat dalam kegiatan konsumsi di kafe. Melalui pendekatan ini, peneliti berharap dapat mengenali bagaimana mahasiswa bereaksi terhadap kebijakan PPN dalam kehidupan sehari-hari mereka secara langsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, ditemukan bahwa frekuensi kunjungan ke kafe bervariasi, mulai dari dua hingga empat kali per bulan, bahkan ada yang mencapai tiga kali dalam seminggu. Alasan utama mahasiswa memilih untuk nongkrong atau makan di kafe adalah karena kenyamanan tempat, suasana yang lebih tenang untuk belajar atau bersosialisasi, serta lingkungan yang bersih dan bebas dari asap rokok. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya mempertimbangkan aspek makanan, tetapi juga nilai tambah dari suasana dan pelayanan kafe. Temuan ini sejalan dengan literatur yang menyatakan bahwa kenyamanan dan suasana menjadi faktor penting dalam keputusan konsumen muda (Fadhilatunisa, et al., 2023).

Sebagian besar mahasiswa memahami keberadaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebagai pajak yang dibebankan kepada konsumen akhir atas pembelian barang atau jasa. Pengetahuan ini diperoleh dari berbagai sumber seperti struk belanja, pengalaman pribadi, hingga penjelasan dari dosen. Lailia et al. (2024) menyatakan bahwa literasi pajak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran pajak mahasiswa, terutama mahasiswa yang mendapatkan pembelajaran secara formal. Kesadaran mahasiswa terhadap keberadaan PPN di kafe cukup tinggi, dan banyak dari mereka menyadari adanya pajak saat melihat rincian harga di struk pembayaran.

Persepsi mahasiswa terhadap pengaruh PPN terhadap harga makanan dan minuman di kafe cukup beragam. Sebagian menyatakan bahwa PPN membuat harga menjadi lebih mahal, namun tidak terlalu mempermasalahkan hal tersebut apabila pelayanan dan kualitas tempat sepadan. Ada pula yang menganggap PPN wajar dan adil, selama pengelolaan dana pajak dilakukan secara transparan oleh pemerintah. Namun, beberapa mahasiswa merasa bahwa pajak belum dimanfaatkan sepenuhnya untuk kepentingan masyarakat, sehingga timbul keraguan terhadap keadilan penerapan PPN. Transparansi penggunaan dana pajak memengaruhi persepsi keadilan pajak dan penerimaan konsumen terhadap kenaikan harga akibat pajak. Ketidakpastian alokasi pajak dapat menimbulkan keraguan dan persepsi negatif (Salsabila & Kurniawan, 2023).

Dalam memilih tempat makan, di antaranya lebih memilih kafe yang sudah mencantumkan PPN secara jelas, agar tidak ada kejutan saat membayar. Meski demikian, terdapat juga mahasiswa yang pernah membatalkan pembelian atau beralih ke tempat lain karena harga akhir yang dianggap terlalu mahal akibat penambahan PPN. Sehingga transparansi harga dan edukasi perpajakan berperan penting dalam membentuk sikap konsumen mahasiswa agar lebih rasional dalam pengeluaran (Anggraeny & Santoso, 2023).

Sebagai bentuk aspirasi, mahasiswa memberikan sejumlah saran kepada pemerintah dan pelaku usaha. Pemerintah diharapkan dapat memberikan edukasi yang lebih menyeluruh mengenai manfaat dan pengelolaan PPN serta mempertimbangkan kebijakan yang meringankan mahasiswa, misalnya melalui potongan pajak dengan menunjukkan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM). Sementara itu, pelaku usaha diharapkan bersikap transparan dalam mencantumkan harga sebelum dan sesudah pajak, serta memberikan promo atau diskon khusus untuk mahasiswa agar mereka tetap merasa nyaman dan tidak terbebani saat melakukan transaksi di kafe. Salsabila & Kurniawan (2023) mendukung pentingnya edukasi pajak dan insentif khusus bagi mahasiswa untuk meningkatkan kepatuhan dan penerimaan pajak.

Secara umum, mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung memiliki pemahaman yang baik mengenai PPN dan menunjukkan sikap yang cukup rasional terhadap pengenaannya. Namun, penerimaan mereka terhadap PPN sangat bergantung pada transparansi, keadilan, serta kondisi ekonomi sebagai mahasiswa yang memiliki keterbatasan dalam pengeluaran. Temuan ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan kebijakan fiskal yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan kelompok masyarakat tertentu, termasuk kalangan mahasiswa.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Studi ini mengungkapkan bahwa mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung memiliki pemahaman dasar yang baik tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPN), termasuk fakta bahwa tarif PPN meningkat menjadi 11% sejak 1 April 2022 berdasarkan Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Meskipun begitu, pandangan mereka tentang penerapan PPN pada transaksi di kafe sangat beragam dan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti pemahaman pajak, kenyamanan lokasi, kejelasan harga, serta keadaan ekonomi pribadi.

Mayoritas mahasiswa mengaku bahwa mereka menyadari PPN ketika bertransaksi di kafe dan tidak mempermasalahkan beban pajak itu selama layanan dan atmosfer kafe dianggap sesuai dengan harga yang dibayar. Namun, ada juga mahasiswa yang merasa keberatan dan menjadi lebih cermat dalam memilih tempat makan, terutama jika pajak tidak dijelaskan secara jelas atau membuat harga menjadi terlalu mahal. Ini menunjukkan bahwa pilihan konsumsi mahasiswa bersifat logis dan dipengaruhi oleh pandangan terhadap nilai serta keadilan harga.

Penelitian ini menemukan bahwa pemahaman mengenai pajak dan keuangan memiliki peranan krusial dalam membentuk sikap mahasiswa terhadap kewajiban perpajakan. Mahasiswa yang memiliki pemahaman lebih baik cenderung mengadopsi PPN dengan cara yang lebih bijak dan kritis. Di samping itu, gaya hidup serta pengaruh sosial juga berperan dalam pilihan konsumsi mahasiswa di kafe, menjadikan faktor non-ekonomi seperti kenyamanan dan identitas sosial sebagai pertimbangan yang sama pentingnya dengan aspek harga.

Berdasarkan hasil ini, disarankan agar pemerintah meningkatkan pendidikan fiskal yang menargetkan generasi muda dengan lebih inklusif, serta mendorong pelaku industri makanan dan minuman untuk lebih terbuka dan memberikan insentif khusus untuk mahasiswa. Dengan cara ini, penerapan PPN dapat lebih dimengerti dan diterima, tanpa menyebabkan penolakan atau penurunan daya beli yang signifikan di antara konsumen muda.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, A.C. (2019). Karakteristik dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Melalui *E-Commerce*. *Balance*, 16(1), 19-30.
- Amirullah. (2022). Perilaku Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal AKADEMIKA*, 20(2), 169-175.
- Anggraeny, A.B.S., & Santoso, R.A. (2023). Analisis Tingkat Literasi Keuangan dan Literasi Perpajakan Pengelola UMKM. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 342-349. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.652>
- Ariffin, M., & Sitabuana, T.H. (2022). Sistem Perpajakan di Indonesia. *Seri Seminar Nasional Ke-IV Universitas Tarumanagara Tahun 2022 (SERINA IV UNTAR 2022)*, 523-534.
- Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Pajak Pertambahan Nilai (PPN). <https://fiskal.kemenkeu.go.id/fiskalpedia/2021/07/13/173618726358430-pajak-pertambahan-nilai-ppn>, diakses tanggal 16 Juni 2025.
- Fadhilatunisa, D., Fakhri, M.M., Isma, A., Affandi, A., & Hartono. (2023). Peningkatan Literasi Pajak Mahasiswa Kewirausahaan Melalui Program Sosialisasi Pajak. *Jurnal Sipakatau*, 1(1), 1-9. <https://doi.org/10.61220/jsipakatau.v1i1.231>
- Fahrianisa, N., Nugroho, S.W., & Kurniawan, Y.D. (2024). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Literasi Keuangan, dan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Madiun. *Equivalent : Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(1), 117-135. <https://doi.org/10.61994/equivalent.v3i1.661>
- Lailia, F., Kiranti., Hapsari, M.I., Namora, R.P., & Qoni'ah, S.M. (2024). Pengaruh Literasi Pajak terhadap Kesadaran Pajak Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Potensial*, 3(2), 193-202.
- Lakuy, F., & Sopacua, Y. (2025). Antara Harga, Promosi, dan Gaya Hidup: Faktor-faktor Pembentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Marketplace Digital. *Populis: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 19(2), 170-184.
- Muawanah, I. (2019). Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Metro (Studi pada Mahasiswa IAIN Metro). *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Metro.
- Nadhifah, H.A., Sucipto, M.A.B., & Sudibyo, H. (2024). Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Pancasakti. *Jurnal Fokus Konseling*, 10(1), 17-27.
- Nurfila., Rinaldi., Fitriyana, Mifta. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian di Pamela Empat. *Journal Competency of Business*, 8(1), 39-52.
- Pratama, R.B., & Furqon, I.K. (2024). Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Terhadap Kebijakan Kenaikan PPN 12%. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 4(2), 346-358.
- Putri, F., & Fajarudin, I. (2023). Pengaruh Pengenaan Pajak Restoran, Harga, Sistem

- Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cafe Eskrimo Surabaya. *Jurnal Kompetensi Social Science*, 2(1), 10-19.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 81-95.
- Salsabila, I., & Kurniawan, R. (2023). Pengaruh Tingkat Literasi Perpajakan, Persepsi Perpajakan, dan Digitalisasi Sistem Perpajakan terhadap Niat Patuh Pajak pada Generasi Z. *Mount Hope Economic Journal (MEGA)*, 1(3), 92-109.
- Siahaan, A. (2023). Menelaah Kenaikan tarif PPN 11% di Indonesia. *Indonesia of Journal Business Law*, 2(1), 24-28. <https://doi.org/10.47709/ijbl.v2i1.2029>
- Sugiharto, N.A., Savitri, D.N., & Triputranto, B. (2023). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime di Kota Bekasi. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 13(2), 55-68.
- Utami, N.P. (2025). Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Kenali Fungsi dan Besaran Tarif. *Mekari Jurnal*. <https://www.jurnal.id/id/blog/pajak-pertambahan-nilai/>, diakses tanggal 16 Juni 2025.
- Wadhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Waluyo, A.G., & Zakia. (2017). Pengaruh Pengenaan Pajak Restoran pada Harga Produk Kedai Kopi Bengawan Solo Coffee terhadap Keputusan Pembelian di Wilayah Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta Tangerang Banten. Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta.
- Widyadhana, T.A., Agustin, A.M., Amalia, D., Destiawan, F.S., Fauzi, N.H.P., Aurelia, S., & Rozak, R.W.A. (2024). Analisis Perilaku dan Preferensi Mahasiswa terhadap Pengalaman Belanja *Online* dan *Offline*. *PAJAMKEU: Pajak dan Manajemen Keuangan*, 1(2), 1-13.