

ABSTRAK

PENGARUH KENAIKAN PPN 11%, KENAIKAN HARGA SEMBAKO DAN PENDAPATAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT KOTA MADIUN

Oleh :

Rafika Putri Auliasari

203202044

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kenaikan PPN sebesar 11%, kenaikan harga sembako, dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Responden penelitian ini adalah masyarakat Kota Madiun yang sudah bekerja dan memiliki pendapatan tetap, dengan jumlah responden sebanyak 115 orang yang dipilih melalui metode cluster sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, uji F, dan uji T, dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan PPN sebesar 11% tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Sebaliknya, kenaikan harga sembako berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun. Implikasi teoritis dari penelitian ini mencakup penggunaan teori permintaan konsumen yang memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana faktor ekonomi memengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan teori permintaan konsumen dan teori keputusan untuk memahami bagaimana kenaikan PPN, harga sembako, dan pendapatan memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat Kota Madiun, serta memberikan wawasan kebijakan ekonomi yang bertujuan mengatur perilaku konsumtif masyarakat. Implikasi manajerial dari penelitian ini mencakup pembentukan kebijakan yang lebih efektif dalam meningkatkan literasi keuangan serta pemahaman publik terhadap kebijakan ekonomi pemerintah.

Kata kunci : kenaikan PPN, harga sembako, pendapatan, perilaku konsumtif

ABSTRACT

THE IMPACT OF 11% VAT INCREASE, RISE IN BASIC COMMODITY PRICES, AND INCOME ON CONSUMER BEHAVIOR IN MADIUN CITY

By:

Rafika Putri Auliasari

203202044

This research aims to determine the impact of a 11% VAT increase, rising staple food prices, and income on the consumer behavior of the people of Madiun City. The respondents of this study are Madiun City residents who are employed and have a steady income, with a total of 115 respondents selected through cluster sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, coefficient of determination tests, multiple linear regression analysis, F-tests, and T-tests, with the assistance of SPSS version 22 software. The results of the study indicate that the 11% VAT increase does not significantly affect the consumer behavior of the people of Madiun City. On the contrary, the increase in staple food prices has a significant negative effect on consumer behavior, while income has a significant positive effect on the consumer behavior of the people of Madiun City. The theoretical implications of this research include the use of consumer demand theory, which provides a deeper understanding of how economic factors influence consumer behavior. This study employs consumer demand theory and decision theory to comprehend how the VAT increase, staple food prices, and income affect the consumer behavior of the people of Madiun City, and offers economic policy insights aimed at regulating consumer behavior. The managerial implications of this research include the formulation of more effective policies to enhance financial literacy and public understanding of government economic policies.

Keywords: VAT increase, staple food prices, income, consumptive behavior