

DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, A., Pahala, I., & Wahono, P. (2024). Pengaruh Persepsi Tarif Pajak Pertambahan Nilai terhadap Perilaku Belanja Konsumen dengan Tingkat Pendapatan sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1), 12. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i1.2056>
- Affardi, C. W. P. (2024). Dampak Dan Tantangan Penerapan Pajak Digital Di Indonesia : Studi Kasus PT. SII dan PT. T. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 875–901. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4093>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Aliman & Ahmad Zaki. (2024). *Pengaruh Literasi Perpajakan dan Kenaikan Tarif PPN Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa dalam Platform Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)*.
- Alistiqomah, C. I., Islam, U., & Kediri, K. (2025). Pengaruh Kenaikan Tarif PPN Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Produk Mixue di Kediri. *Jurnal Perubahan Ekonomi (JPE)*, 9(1).
- Almousa, K., & Adeem, K. A.-. (2023). Empirically Investigating the Perception of Value-Added Tax in Saudi Arabia. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 7(04), 232–238. <https://doi.org/10.36348/sjef.2023.v07i04.004>
- Ananda, F. A., Pudjianto, S., & Hanum, A. N. (2022). Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak Mengenai Infodemi Covid-19 Di Youtube. *Komunika-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 735–750.
- Anugrah, M. S. S., & Fitriandi, P. (2022). Analisis Kepatuhan Pajak Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*. *Info Artha*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.31092/jia.v6i1.1388>
- Ayem, S., & Ongirwalu, S. N. (2020). Pengaruh adopsi IFRS , penghindaran pajak , dan kepemilikan manajerial terhadap manajemen laba. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 5(2), 360–376.
- Azalia, D. W., & Magnadi, R. H. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada layanan video on demand (studi pada pengguna Netflix). Diponegoro. *Journal of Management*, 9(2), 1–12. <Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr>.
- Bayu, R., & Furqon, I. K. (2024). *Abdurrahman Wahid Pekalongan Terhadap*. 4(2), 346–358.
- Cakici, A. C., & Tekeli, S. (2022). The mediating effect of consumers' price level perception and emotions towards supermarkets. *European Journal of*

- Management and Business Economics*, 31(1), 57–76.
<https://doi.org/10.1108/EJMBE-12-2020-0344>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson Education.
- Dilapanga, A. ., & Mantiri, J. (2021). *Perilaku Organisasi*. Deepublish.
- Ervana, O. N. (2019). Pengaruh Pemeriksaan Pajak, Keadilan Pajak Dan Tarif Pajak Terhadap Etika Penggelapan Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Klaten). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, 1(1), 80–92. <https://doi.org/10.24964/Japd.V1i1.802>.
- Fishbein & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fitriana, F., & Marinda, N. (2024). Analisis Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai, Digital Marketing, Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Dalam E-Commerce. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 2(2), 568–575.
<https://doi.org/10.70248/jakpt.v2i2.1624>
- Ghozali, Imam, D. R. (2018). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori, konsep dan Aplikasi dengan Eviews 10*. Edisi 2. Fakutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. (2021a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progrma IBM SPSS 25*.
- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods*. New York: Taylor & Francis Group.
- Hakim, F. B., Yunita, P. E., Supriyadi, D., Isbaya, I., & Ramly, A. T. (2021). Persepsi, Pengambilan Keputusan, Konsep diri dan Value. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 1(3). <https://doi.org/10.32832/djip-uika.v1i3.3972>
- Indah, M., Randa, F., & Putri Danduru, B. (2023). Persepsi Konsumen Barang Elektronik Mengenai Penetapan Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) 11%. *JeJAK: Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 77–85.
- Indriana, V., & Handayani, N. (2021). Pengaruh Leverage, Investment Opportunity Set (IOS) dan Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(1), 1–18.
- Indriati, D., & Sapari, S. (2017). Analisis Penerapan Perencanaan Pajak Penghasilan Pasal 21 Pada Pt Jaya Mestika Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 6(8). [Http://Repository.Stiesia.Ac.Id/Id/Eprint/1836](http://Repository.Stiesia.Ac.Id/Id/Eprint/1836).
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2019). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence: Journal of*

Management Studies, 12(2), 205–223.
<https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4958>

Juli Ratnawati & Retno Indah Herbawati. (2015). *Dasar-dasar Perpajakan Get 1*. CV Budi Utama.

Julito, K. A., & Ramadani, I. (2024). Pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Generasi Z Dalam Transaksi E-Commerce Sebagai Pemoderasi. *Media Akuntansi Perpajakan*, 9(1), 28–40. <https://doi.org/10.52447/map.v9i1.7466>

Kalyva, Z. C., Kosma, I. S., & Skalkos, D. (2024). Young Consumers' Price Perceptions in Purchasing Foods: Evidence from Greece. *Sustainability (Switzerland)*, 16(13). <https://doi.org/10.3390/su16135752>

Kotler & Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13* (13th ed.). Erlangga.

Lazos, G., Pazarskis, M., & Karagiorgos, A. (2022). *Business Taxation in The Digital Economy: Existing Problems and Perspectives*.22, 86–92. <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2019-1-220-86-92>.

Lisnawati. (2024). Rencana Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Dan Implikasinya. *Info Singkat*, 4(Retrieved january 25, 2018 from kabar.24.bisnis.com), 14.

Mahatma, M., & Abbas, Y. (2023). Evaluasi Pemajakan Terhadap Penyelenggara Sistem Elektronik Transaksi Digital yang Berasal dari Luar Negeri. *Owner*, 7(4), 3771–3782. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1704>

Mardiyah, Fitriatul, & Misra, F. (2025). . Analyzing The Effect of Tax Changes on K-Pop Merchandise Buying Decision. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 5(1), 31–44.

Mawaddah Mawaddah, Dewi Rahayu, Salsabila Rahmasari, & Angga Dutahatmaja. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Berulang: Produk, Harga, Promosi, Dan Layanan. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 115–127. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.945>

Miftahudin, A. dan F. I. (2020). Alternatif Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai Atas Konsumsi Atau Pemanfaatan Konten Dan Jasa Digital Dari Penyedia Luar Negeri”,. *Jurnal Ilmiah Kajian Perpajakan Indonesia*, April, Vol. 1, No.

Nurhalizah, A., Galang Asmara, M., & M. (2023). Pengenaan Pajak Terhadap Netflix Sebagai Pelaku Usaha Luar Negeri Pasca Berlakunya Regulasi Terkait Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Pmse). *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(3), 1823–1834.

Pijar Guntara, S. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli

Seragam Futsal Pada Toko Focus Konveksi Di Pekanbaru. *Skripsi*, 1–90.

- Prawiyogi, A. G., Sadiah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.V5i1.787>.
- Putri, B. N., & Septriana, I. (2020). Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Badan dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakannya Melalui Pemeriksa Pajak, Kesadaran dan Kualitas Pelayanan pada KPP Pratama Semarang Barat. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v5i1.3229>
- Putri, D. H., & Wijaya, S. (2022). Pajak Pertambahan Nilai Final: Belajar Dari Ghana Dan China. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 3(2), 360–374. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v3i2.1646>
- Rapitasari, D. (2016). *Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application Based Digital Marketing As A Strategy To Improve Customer Satisfaction Core*. *Cakrawala*, 10(2), 107–122.
- Rezky, N. P. (2021). Kajian Kegiatan Shadow Economy Di Indonesia: Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(2), 1671–1680. <https://doi.org/10.33197/Jabe.Vol6.Iss2.2020.617>.
- Romadlon, A., Marlien, R. ., & Widyasari, S. (2020). *Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat)*. *Proceeding Sendiu*, 2016, 701–707.
- Saputra, Y. A. (2021). *Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Tunai, Pembelian Tunai Dan Persediaan Pada Rumah Makan Soto Ayam & Ayam Goreng Bangkong (Jalan Brigjen Katamso 1 Semarang)*. 1–46.
- Sari, N. P. P. A., Suryawati, I. G. A. A. S., & Pradipta, A. D. (2021). Motif Dan Kepuasan Pengguna Netflix Sebagai Media Streaming Di Kalangan Remaja Kota Denpasar. *Jurnal Ilmu Komunikasi MEDIUM*, 1(1), 1. www.statista.com,.
- Sintia Siska Sari, Ahmad Maulana, Muchsin Saggaff Shihab, Z. W. (2024). *The Influence of Service Quality and Price Perception on Customer Satisfaction in Using Go-Food Services in Palembang*.
- Situmenag, I. V. O. (2022). Terpaan Media Streaming Netflix Dan Kualitas Aplikasi Netflix Terhadap Keputusan Penggunaan (Survei Pada Gen Z Di Perumahan Citra Gran, Cibubur) . *Journal Humaniora*, 6(1), 160–174.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2020). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*.

- Supramono & Damayanti, T. W. (2015). *Perpajakan Indonesia*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Suryawarman, A., & Widhiyani, N. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi pada Restoran Waralaba Asing di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 2(1), 1–23.
- Thian, A. (2021). *Dasar Dasar Perpajakan*. Andhy.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip&Penerapan*. Penerbit: Andi.
- Turban, E., McLean, E. R., & Wetherbe, J. (2018). *Information Technology for Management: Digital Strategies for Business Value*. John Wiley & Sons.
- Wayan, N., Suprpti, S., Nyoman, N., & Yasa, K. (2015). *Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unpaz , DILI Leonel da Cruz 1 Program Magister Manajemen Universitas Udayana (Unud)*, Denpasar , Bali Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Univer. 12, 895–920.
- Widiapsarinim, C., & Hamzah, A. (2023). Pengaruh Penerapan E-Faktur Dan Pemungut PMSE Terhadap Efektivitas Dan Kontribusi Penerimaan PPN PMSE Di KPP Badan Dan Orang Asing. *Simposium Nasional Perpajakan*, 2(1).
- Wulandari, D. (2023). Tentang Ppn Pmse Indonesia: Masih Ada Yang Perlu Diperbaiki? *Jurnal Pajak Indonesia*, 7(2), 54–66.
- Yani, R. E., Simandalahi, E., & Nasution, A. R. (2024). Pengaruh PPN (Pajak Pertambahan Nilai) terhadap Pendapatan Nasional. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 30. <https://doi.org/10.33087/eksis.v15i1.424>
- Yunita, A. (2025). Pengaruh Persepsi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, April 2025.