

Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (Ppn), Literasi Keuangan, Dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Kupang

Muhammad Asyraf Kautsar Rabbani¹, Maria Prudensiana Leda Muga², Indah Mutiara³

¹²³ Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, Nusa Cendana University

Abstrak

This study aims to analyze the influence of Value Added Tax (VAT), financial literacy, and e-wallet usage on the consumptive behavior of Generation Z in Kupang City. The rapid growth of digital transactions and the dominance of Generation Z in internet use raise concerns over consumptive behavior due to the ease of online shopping and various digital promotions. The research applies a quantitative approach with a causal design. Primary data were collected through a Google Form questionnaire distributed to 100 Generation Z respondents aged 20–24, residing in Kupang City and actively using e-wallets. The VAT variable was measured through indicators of knowledge, skills, attitudes, and critical thinking; financial literacy through understanding of concepts, financial skills, confidence in decision-making, and financial planning; e-wallet usage through trust, transaction convenience, flexibility, and perceived benefits; while consumptive behavior was measured by irrational buying, wasteful buying, impulsive buying, and status-oriented purchases. Data were analyzed using multiple linear regression after validity, reliability, and classical assumption tests. The results indicate that partially, VAT, financial literacy and e-wallet usage have a significant effect on consumptive behavior. Simultaneously, the three variables significantly affect the consumptive behavior of Generation Z. These findings highlight the importance of fiscal awareness and sound financial management among young generations and emphasize the need for financial literacy education to curb consumptive tendencies in the digital era.

Keywords: Value Added Tax, Financial Literacy, E-Wallet, Consumptive Behavior, Generation Z, Kupang City

Copyright (c) 2025 **Muhammad Asyraf Kautsar Rabbani**

✉ Corresponding author :

Email Address : muhammadasyrafkr7@gmail.com

PENDAHULUAN

Perubahan teknologi telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Ini berdampak pada kemudahan seperti masyarakat dapat membeli barang dengan menggunakan platform online terutama kalangan Generasi Z yang terbiasa menggunakan internet. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia APJII (2024) jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 adalah 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Mayoritas dari pengguna internet ini adalah Gen Z dengan kelahiran 1997-2012, mereka berkontribusi sebanyak 34,4%.

Menurut Fahrmanisa dkk (2024), penggunaan uang elektronik atau dompet digital dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa karena kemudahan cara pembayaran dan banyak mendapat tawaran dan diskon atau cashback. Hal tersebut mengakibatkan penggunaanya sulit untuk mengontrol pengeluarannya karena

pengguna tidak merasa rugi untuk membayarnya. Perkembangan teknologi digital mengubah cara konsumen berbelanja dengan hadirnya *E-wallet*. Menurut Databoks (2024), Volume transaksi uang elektronik sepanjang Januari-Agustus 2024 mencapai 13,76 miliar kali transaksi. Ini dicapai berkat sistem pembayaran elektronik yang tergolong mudah yang mana ini dapat mempengaruhi pola hidup masyarakat antara lebih efisien atau lebih konsumtif.

Teknologi *E-Wallet* memudahkan transaksi sehingga mendorong perilaku konsumtif lebih mudah terjadi. Fenomena ini turut didukung faktor lain seperti minimnya literasi keuangan dan pemahaman terkait PPN. Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif Generasi Z agar dapat menyimpulkan strategi pencegahan dan edukatif yang relevan. Penelitian terhadap Generasi Z khususnya pada Kota Kupang masih belum banyak diteliti. Penelitian ini hadir untuk memperkaya kajian dalam bidang pajak dan perilaku ekonomi digital.

TINJAUAN LITERATUR

a. Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa adanya niat untuk berperilaku dapat menimbulkan perilaku yang ditampilkan oleh individu. Ajzen (1991) menyatakan bahwa selain sikap terhadap tingkah laku dan norma-norma subektif, individu juga mempertimbangkan kontrol tingkah laku yang dipersepsikan yaitu kemampuan mereka untuk melakukan tindakan tersebut. Theory of Planned Behavior membagi tiga macam alasan yang dapat mempengaruhi tindakan yang diambil oleh individu yaitu *behavioral belief*, *normative belief*, dan *control belief*. Keyakinan ini membentuk *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku yang dipersepsikan.

b. Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang diperkenalkan oleh Davis (1986). TAM merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang keduanya banyak digunakan untuk menjelaskan bagaimana seseorang menerima dan memanfaatkan teknologi informasi. Dalam TAM, penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh niat individu untuk menggunakannya. Niat tersebut dibentuk oleh dua persepsi utama, yaitu persepsi terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua persepsi ini memengaruhi sikap individu terhadap teknologi dan pada akhirnya menentukan apakah teknologi tersebut akan digunakan atau tidak.

c. Pajak Pertambahan Nilai

Menurut Gunadi (2009:117) PPN merupakan barang yang dikenakan atas penyerahan barang kena pajak dan jasa kena pajak oleh pengusaha kena pajak yaitu pengusaha yang oleh undang-undang dibebani kewajiban untuk memungut pajak. Waluyo (2017:4) dalam Sari dkk (2024) menyatakan bahwa Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak yang dikenakan atas konsumsi di dalam negeri (daerah pabean), baik konsumsi barang maupun jasa

d. Literasi Keuangan

Huston (2010) dalam Lastari dkk (2023) menyatakan pengetahuan keuangan merupakan dimensi yang tidak dapat terpisahkan dengan literasi keuangan, akan tetapi pengetahuan tersebut belum dapat menggambarkan literasi keuangan. Literasi Keuangan merupakan suatu kesatuan dari sebuah intuisi, kemampuan, pengetahuan, sikap, serta tindakan yang dibutuhkan dalam mengambil keputusan terkait keuangan sehingga dicapai suatu kesejahteraan finansial seorang individu (OECD, 2016).

e. E-Wallet

Ali & Gopalan (2018) dalam Abidzar dkk (2023) menjelaskan bahwa dompet digital merupakan sejenis akun prabayar di mana penggunaannya dapat menyimpan uang mereka secara elektronik untuk pembayaran *online*. Dengan dompet digital

pengguna dibantu dalam berbagai transaksi seperti pembayaran tagihan, transportasi, dan pemesanan tiket.

f. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada kebiasaan seseorang dalam mengeluarkan uang secara berlebihan dengan mengabaikan pertimbangan kebutuhan atau kemampuan finansial (Dinanti & Nesner, 2024). Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang lebih mementingkan gaya hidup dan kepuasan semata pada kebutuhan.

3. METODE, DATA, DAN ANALISIS

3.1 Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal untuk menganalisis pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN), literasi keuangan, dan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Kupang.

3.2 Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner Google Form yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel dan diukur menggunakan skala Likert 1–5. Populasi penelitian adalah Generasi Z usia 20–24 tahun di Kota Kupang, dengan jumlah 37.541 jiwa. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dan menghasilkan 100 responden, dipilih melalui teknik non-probability sampling dengan kriteria aktif menggunakan *e-wallet*.

3.3 Analisis

3.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen). Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (dependen).

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.731	.198		13.785	.000
PPN	.618	.077	.555	8.023	.000
Literasi Keuangan	1.353	.081	1.148	16.695	.000
E-Wallet	.985	.083	.929	11.913	.000

Sumber: Output SPSS (data diolah, 2025)

Tabel tersebut menunjukkan persamaan regresi linear berganda dengan tiga variabel independen sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 2,731 + 0,618X_1 + 1,353X_2 + 0,985X_3 + 0$$

- Pada hasil persamaan regresi diatas, terlihat nilai konstanta sebesar 2,731 menunjukkan bahwa jika variabel PPN (X_1), Literasi Keuangan (X_2), dan Penggunaan *E-Wallet* (X_3) dianggap tetap bernilai nol, maka nilai Perilaku Konsumtif (Y) adalah 2,731 satuan. Artinya, tanpa dipengaruhi oleh PPN, literasi keuangan, dan penggunaan *e-wallet*, seseorang tetap memiliki kecenderungan minimum untuk melakukan perilaku konsumtif, walaupun nilainya kecil.
- Nilai koefisien regresi variabel PPN (X_1) sebesar 0,618 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam PPN misalnya semakin paham terkait PPN, seseorang tetap memiliki kecenderungan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,618 satuan, dengan asumsi literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel Literasi Keuangan (X_2) sebesar 1,353 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam literasi keuangan misalnya

semakin paham cara mengatur keuangan maka akan tetap berpotensi meningkatkan nilai perilaku konsumtif sebesar 1,353 satuan, dengan asumsi PPN dan penggunaan *e-wallet* tetap.

- d. Nilai koefisien regresi variabel Penggunaan *E-Wallet* (X3) sebesar 0,985 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam penggunaan *e-wallet* misalnya semakin sering dan paham menggunakan *e-wallet* maka cenderung dapat meningkatkan nilai perilaku konsumtif sebesar 0,985 satuan, dengan asumsi PPN dan literasi keuangan tetap.
- e. Nilai *Standard Error* (*e*) adalah sebesar 0 yang menunjukkan bahwa rata-rata penyimpangan antara nilai hasil prediksi model regresi dengan nilai aktual perilaku konsumtif adalah sebesar 0 satuan. Ini membuktikan bahwa model regresi memiliki tingkat kesalahan rendah sehingga model ini dapat dikatakan memiliki ketepatan prediksi yang baik.

3.3.2 Uji parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis pada uji statistik uji t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh tingkat hubungan dan pengaruh satu variabel bebas secara individu dalam menerangkan variabel terikat di dalam penelitian ini. Prosedur pengujiannya adalah jika nilai signifikansi lebih kecil ($<$) 0,05 maka secara parsial variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih besar ($>$) dari 0,05 maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 2 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.731	.198		13.785	.000
PPN	.618	.077	.555	8.023	.000
Literasi Keuangan	1.353	.081	1.148	16.695	.000
E-Wallet	.985	.083	.929	11.913	.000

Sumber: Output SPSS (data diolah, 2025)

1. Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap Perilaku Konsumtif

- a. Membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dan signifikansi dengan alpha
 t_{hitung} (8,023) $>$ t_{tabel} (1,985) dan signifikansi (0,000) $<$ (0,05).
- b. Kesimpulan
 Karena t_{hitung} (8,023) $>$ t_{tabel} (1,985) dan signifikansi (0,000) $<$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa PPN berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Kupang.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

- a. Membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dan signifikansi dengan alpha
 t_{hitung} (16,695) $>$ t_{tabel} (1,985) dan signifikansi (0,000) $<$ (0,05).
- b. Kesimpulan
 Karena t_{hitung} (16,695) $>$ t_{tabel} (1,985) dan signifikansi (0,000) $<$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Kupang.

3. Pengaruh Penggunaan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif

- a. Membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dan signifikansi dengan alpha
 t_{hitung} (11,913) $>$ t_{tabel} (1,985) dan signifikansi (0,000) $<$ (0,05).
- b. Kesimpulan

Karena $t_{hitung} (11,913) > t_{tabel} (1,985)$ dan signifikansi $(0,000) < (0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Kupang.

3.3.3 Uji Simultan (Uji f)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Uji F berguna untuk melakukan uji hipotesis koefisien (*slope*) regresi secara bersamaan dan memastikan bahwa model yang dipilih layak atau tidak untuk menginterpretasikan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini sangat penting karena jika tidak lolos uji F maka hasil uji t tidak relevan. Kriteria uji f sebagai berikut:

- Jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 3 Hasil Uji Simultan (Uji f)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	9.172	3	3.057	139.044	.000 ^b
Residual	2.111	96	.022		
Total	11.283	99			

Sumber: Output SPSS (data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis uji simultan diperoleh hasil pengujian bahwa nilai F_{hitung} sebesar 139,044 dengan tingkat signifikan 0,000. Sementara itu, nilai F_{tabel} diketahui sebesar 2,7. Sehingga $(139,044 > 2,7)$ yang berarti bahwa variabel PPN (X_1), Literasi Keuangan (X_2), dan Penggunaan *E-Wallet* (X_3) secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Kupang.

3.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi (R^2) bertujuan menghitung seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini.

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.603	.590	6.168

Sumber: Output SPSS (data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, hasil perhitungan diperoleh nilai Adjusted R Square (R^2) adalah 0,590 atau 59%. Hal ini berarti variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 59% dan sisanya sebesar 41% dijelaskan oleh variabel lain seperti gaya hidup, kontrol diri, *influencer* serta pendapatan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

HASIL DAN DISKUSI

4.1 Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa pajak pertambahan nilai berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Kupang, sehingga H_1 diterima. Ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan khususnya terkait PPN yang baik membuat mereka mempertimbangkan kembali dan mengutamakan kebutuhan utama sebelum melakukan keputusan pembelian. Mayoritas responden mengetahui bahwa setiap pembelian barang ataupun jasa disertai dengan PPN. Namun, mereka kurang mengetahui berapa besaran PPN sesudah pembayaran sehingga muncul resistensi sebelum melakukan pembelian barang atau jasa yang dikenakan PPN. Dengan begitu, pembelian yang impulsif lebih dapat dikurangi.

4.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Kupang sehingga H_2 diterima. Generasi Z yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengontrol keputusan belanja. Namun, jika dihadapi dengan diskon besar-besaran ataupun *cashback*, maka individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik justru menganggap diskon sebagai suatu strategi untuk mendapatkan barang atau jasa dengan harga yang murah sekaligus menghemat uang. Ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan mempengaruhi keputusan konsumtif generasi z.

4.3 Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, diperoleh bahwa penggunaan *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Kupang sehingga H_3 diterima. Responden menyatakan bahwa *e-wallet* sangat mempermudah transaksi, Kemudahan, kecepatan, banyaknya promo, dan fleksibilitas penggunaan memicu pembelian impulsif dan meningkatkan frekuensi transaksi. *E-Wallet* meminimalisasi rasa kehilangan uang karena bentuk uang yang tidak terlihat secara fisik, sehingga pengeluaran terasa lebih ringan dan cenderung tidak terkontrol. Ini juga disertai rasa *FOMO* (*Fear of Missing Out*) dimana generasi z tidak ingin ketinggalan dan menyesal di kemudian hari dikarenakan telah melewatkan diskon besar. Hal ini memperkuat fakta bahwa kemajuan teknologi keuangan digital tidak selalu dapat mempermudah kontrol keuangan namun justru membuka peluang lebih besar untuk pemborosan. Temuan ini juga menunjukkan bahwa kemajuan teknologi finansial memberikan kenyamanan sekaligus membentuk pola konsumtif baru yang lebih praktis dan modern.

4.4 Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Literasi Keuangan, dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat menyatakan bahwa pajak pertambahan nilai, literasi keuangan, dan penggunaan *e-wallet* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Kupang, sehingga H_4 diterima. secara simultan ketiga variabel memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai F sebesar 139,044 dan signifikansi 0,000. Besarnya Adjusted R Square sebesar 59% menunjukkan bahwa PPN, literasi keuangan, dan penggunaan *e-wallet* secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan perilaku konsumtif Generasi Z, sedangkan 41% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain seperti gaya hidup, kontrol diri, pendapatan, dan pengaruh media sosial. Penemuan ini membuktikan bahwa ketiga variabel saling melengkapi dalam membentuk perilaku konsumtif pada generasi z di Kota Kupang.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1). Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z di Kota Kupang. 2). Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z di Kota Kupang. 3). Penggunaan *E-Wallet* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z di Kota Kupang. 4). Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z di Kota Kupang.

Generasi Z diharapkan lebih bijak dalam mengatur pola konsumsi mereka terutama dalam memanfaatkan kemudahan transaksi digital melalui *e-wallet*. Kemudahan akses seharusnya digunakan untuk transaksi produktif, bukan justru meningkatkan perilaku konsumtif yang berlebihan. Penting juga bagi Generasi Z untuk menerapkan pengetahuan perpajakan serta keuangan mereka sebelum melakukan pembelian agar lebih terkontrol dan terarah. Penelitian ini mampu menjelaskan 59% variasi perilaku konsumtif sisanya sebesar 41% dipengaruhi faktor lain seperti gaya hidup, kontrol diri, *influencer*, serta pendapatan yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor tersebut dan melakukan penelitian di wilayah yang berbeda guna mendapat gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumtif masyarakat.

Referensi:

- Abidzar, M., Idriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompnet digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, VII(2018), 153–163.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision*
- Ali, J. M., & Gopalan, L. V. (2018). E-Wallet Payment: Swot Analysis from Customer Perception. *International Journal of Recent Research Aspects*, 155–158.
- APJII. (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia*. <https://survei.apjii.or.id/survei/group/9>
- Databoks (2024). *Nilai Transaksi Uang Elektronik Capai Rp1,6 Kuadriliun pada Januari-Agustus 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/673216a38c1bc/nilai-transaksi-uang-elektronik-capai-rp16-kuadriliun-pada-januari-agustus-2024>
- Davis. (1986). Technology of Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information System Theory and Result. *MIS Quarterly*.
- Dinanti, H., & Nesner, Y. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kontrol Diri Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Pekanbaru*. 4(1), 1262–1275.
- Fahrianisa, N., Nugroho, S., & Kurniawan, Y. (2024). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Literasi Keuangan, Dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Madiun. *Journal of Economic, Accounting, and Management*, 3(1), 117–135. www.ajas.uoanbar.edu.iq
- Gunadi. (2009). *Akuntansi Pajak* (Djony Herfan (ed.); 1 ed.). PT Grasindo.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44.
- Lastari, A. W., Mutiara, I., Agustian, E., & Mulyani, S. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan Untuk Peningkatan Kinerja Dan Keberlangsungan UMKM Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(2), 1599. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1420>
- OECD. (2016). Adult Financial Literacy Competencies Core Competencies Framework On. *Financial literacy and Education Trust Fund*, 1–100.
- Sari, W. A., Rukmi, M. P., Haryati, H., & Fiorintari, F. (2024). Dampak Perubahan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Measurement Jurnal Akuntansi*, 18(1), 57–66. <https://doi.org/10.33373/mja.v18i1.5795>

Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (Ppn), Literasi Keuangan, Dan Penggunaan.....

Waluyo. (2017). *PERPAJAKAN INDONESIA*. Salemba Empat.