

Pengaruh Kesadaran Pajak dan Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Berlangganan Spotify setelah Pengenaan PPN Digital

Bujangga Ayu Chitra Paramita¹, I Nyoman Gede Arya Diatmika²

^{1,2}Universitas Pendidikan Nasional

bujanggaparamita2903@gmail.com ¹arya.diatmika@undiknas.ac.id ²

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of tax awareness and student perceptions on the interest in subscribing to Spotify following the implementation of Digital VAT in the South Denpasar region, based on the Theory of Planned Behavior. This quantitative research utilized a purposive sampling method to collect data from 120 active students through online questionnaires, which were subsequently analyzed using multiple linear regression. The results indicate that, partially, tax awareness has a positive and significant effect on subscription interest, suggesting that an understanding of tax functions strengthens students' intention to continue using official services. Similarly, student perceptions of Digital VAT have a positive and significant influence, showing that a favorable view of policy fairness and transparency helps maintain user loyalty. Simultaneously, both tax awareness and student perceptions significantly influence the variation in Spotify subscription interest. This study concludes that adequate tax literacy and positive perceptions of government policy are key factors in maintaining consumer interest within the digital service ecosystem among academics.

Keywords: tax awareness, digital vat perception, subscription interest, Spotify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap minat berlangganan Spotify setelah pengenaan PPN Digital di wilayah Denpasar Selatan dengan berlandaskan pada Theory of Planned Behavior. Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode purposive sampling untuk memperoleh data dari 120 mahasiswa aktif melalui kuesioner daring yang kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan, yang menandakan bahwa pemahaman atas fungsi pajak memperkuat keinginan mahasiswa untuk tetap menggunakan layanan resmi. Demikian pula, persepsi mahasiswa terhadap PPN Digital berpengaruh positif dan signifikan, menunjukkan bahwa pandangan yang baik mengenai keadilan dan transparansi kebijakan mampu menjaga loyalitas pengguna. Secara simultan, kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa memiliki pengaruh signifikan dalam menjelaskan variasi minat berlangganan Spotify. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi perpajakan yang baik dan persepsi positif terhadap kebijakan pemerintah merupakan faktor kunci dalam mempertahankan minat konsumen pada ekosistem layanan digital di kalangan akademisi.

Kata kunci: kesadaran pajak, persepsi ppn digital, minat berlangganan, Spotify

PENDAHULUAN

Dalam era ekonomi digital, aktivitas konsumsi masyarakat telah mengalami pergeseran signifikan dari sistem konvensional menuju layanan berbasis daring. Munculnya berbagai platform digital telah mengubah cara individu menikmati hiburan, bertransaksi, dan mengakses informasi. Salah satu layanan digital yang

paling populer di kalangan generasi muda adalah Spotify, yaitu platform penyedia musik daring yang memungkinkan pengguna mendengarkan konten audio secara berlangganan. Berdasarkan laporan (DemandSage, 2025), jumlah pengguna aktif Spotify secara global mencapai 696 juta, sementara di Indonesia pengguna aktifnya telah melampaui 42 juta orang (SQMagazine, 2025). Tingginya angka pengguna tersebut menunjukkan bahwa layanan digital seperti Spotify memiliki peran besar dalam membentuk pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat modern, termasuk kalangan mahasiswa di Kota Denpasar.

Pertumbuhan pengguna Spotify tidak hanya mencerminkan perubahan pola konsumsi, tetapi juga meningkatnya minat masyarakat terhadap layanan berbayar di ranah digital. Berdasarkan laporan (JagatReview, 2025), jumlah pengguna aktif bulanan (monthly active users) Spotify pada kuartal II tahun 2025 mencapai 696 juta, naik 11% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan pelanggan berbayar (premium users) meningkat menjadi 268 juta pengguna. Pendapatan perusahaan juga naik sekitar 10-16% secara tahunan, mencapai €4,2 miliar (USD 4,5 miliar), dengan laba operasional tertinggi sepanjang sejarah sebesar €406-510 juta. Data tersebut memperlihatkan bahwa minat berlangganan layanan digital terus meningkat secara global, termasuk di Indonesia, yang menjadi salah satu pasar penting di kawasan Asia Tenggara. Fenomena ini menunjukkan adanya potensi besar bagi industri digital berlangganan, sekaligus membuka ruang bagi pemerintah untuk mengatur dan mengoptimalkan kontribusi sektor ini terhadap penerimaan negara.

Sebagai respons terhadap pesatnya pertumbuhan ekonomi digital tersebut, pemerintah Indonesia melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mulai menerapkan kebijakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi digital, yang dikenal sebagai PPN Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Kebijakan ini diberlakukan sejak Juli 2020, dan melibatkan berbagai perusahaan digital global seperti Spotify, Netflix, Google, dan Amazon sebagai pemungut pajak. Berdasarkan data (pajak.go.id, 2025), penerimaan dari PPN Digital meningkat tajam dari Rp731,4 miliar pada tahun 2020 menjadi Rp34,91 triliun pada Maret 2025, mencerminkan kontribusi signifikan sektor digital terhadap pendapatan negara. Tujuan kebijakan ini adalah menciptakan keadilan pajak antara transaksi konvensional dan digital serta memperkuat basis pajak nasional di era digitalisasi ekonomi.

Mahasiswa merupakan kelompok yang paling relevan untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini karena mereka termasuk pengguna aktif layanan digital seperti Spotify dan secara langsung terdampak oleh kebijakan PPN Digital. Sebagai generasi muda yang melek teknologi, mahasiswa memiliki tingkat keterpaparan tinggi terhadap perubahan harga dan regulasi digital, sehingga sikap dan persepsi mereka dapat merefleksikan efektivitas penerapan pajak digital di Indonesia. Penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan pandangan di kalangan mahasiswa terhadap kebijakan PPN Digital. Menurut Putri (2025) dan Dewi (2024), sebagian mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap pengenaan PPN PMSE karena dianggap sebagai langkah adil yang dapat memperkuat ekonomi nasional serta meningkatkan kesadaran pajak generasi muda. Hasil serupa ditemukan oleh Suci Maharani (2025) yang menunjukkan bahwa literasi dan kesadaran perpajakan berpengaruh positif

terhadap keputusan mahasiswa untuk tetap berlangganan layanan digital meskipun terjadi kenaikan tarif pajak. Namun, tidak semua mahasiswa menilai kebijakan tersebut secara positif. Putri (2025) juga mencatat bahwa sebagian mahasiswa menilai PPN PMSE menambah beban biaya dan dapat menurunkan minat untuk berlangganan layanan berbayar seperti Netflix, sedangkan Octavia et al. (2025) menemukan bahwa kenaikan tarif PPN mendorong mahasiswa melakukan penyesuaian pengeluaran dengan mengurangi konsumsi layanan digital. Perbedaan pandangan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pengguna aktif, tetapi juga sebagai calon wajib pajak digital masa depan yang sikap, persepsi, dan tingkat kesadarannya terhadap pajak akan berpengaruh terhadap keberhasilan penerapan kebijakan PPN Digital di Indonesia.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2020), perilaku individu dipengaruhi oleh niat (intention) yang terbentuk dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam konteks penelitian ini, sikap dan persepsi mahasiswa terhadap kebijakan perpajakan digital akan membentuk niat mereka untuk tetap atau berhenti berlangganan Spotify setelah diberlakukannya PPN Digital. Kesadaran pajak menjadi salah satu faktor penting yang membentuk sikap tersebut, karena menurut Hidayat (2022), kesadaran pajak mencerminkan tingkat pemahaman individu terhadap kewajiban dan manfaat pajak bagi pembangunan negara. Mahasiswa dengan tingkat kesadaran pajak yang tinggi cenderung memandang PPN Digital bukan sebagai beban, melainkan sebagai bentuk kontribusi terhadap kemajuan ekonomi nasional. Sementara itu, persepsi mahasiswa terhadap PPN Digital menggambarkan bagaimana mereka menilai kebijakan tersebut secara rasional dan emosional, termasuk sejauh mana kebijakan dianggap adil, transparan, dan sepadan dengan manfaat yang diterima. Persepsi positif akan menumbuhkan penerimaan terhadap pajak digital, sedangkan persepsi negatif dapat menurunkan minat untuk berlangganan layanan berbayar seperti Spotify. Oleh karena itu, berdasarkan kerangka TPB, kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa secara konseptual berperan penting dalam menjelaskan perubahan perilaku konsumen digital dalam menghadapi kebijakan pajak baru, khususnya terkait minat berlangganan Spotify setelah penerapan PPN Digital (PMSE).

Selain kesadaran pajak, persepsi masyarakat terhadap kebijakan perpajakan juga memiliki peran penting dalam menentukan sikap dan keputusan ekonomi individu. Persepsi dapat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman, pengalaman, dan informasi yang diterima mengenai kebijakan pajak digital. Mahasiswa, sebagai bagian dari masyarakat yang melek teknologi dan aktif menggunakan layanan digital, menjadi kelompok yang menarik untuk diteliti karena mereka tidak hanya sebagai pengguna aktif Spotify, tetapi juga calon wajib pajak di masa depan. Tingkat pemahaman dan penerimaan mereka terhadap kebijakan PPN Digital dapat menjadi indikator awal dari efektivitas penerapan pajak digital di Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis oleh (MUC Consulting, 2025; pajak.go.id, 2025), penerimaan PPN Digital di Indonesia terus mengalami peningkatan sejak diberlakukannya kebijakan tersebut pada tahun 2020. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa nilai penerimaan pajak digital tumbuh dari Rp 731,4 miliar pada tahun 2020 menjadi Rp 34,91 triliun pada Maret

2025. Kenaikan ini memperlihatkan keberhasilan pemerintah dalam memperluas basis pajak di sektor ekonomi digital. Namun demikian, peningkatan penerimaan tersebut belum tentu diiringi oleh peningkatan kesadaran pajak dan persepsi positif masyarakat terhadap kebijakan tersebut. Sebagian masyarakat, khususnya generasi muda, masih menilai pajak digital sebagai bentuk beban tambahan yang dapat memengaruhi minat mereka dalam menggunakan layanan berbayar seperti Spotify.

Meskipun penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) di Indonesia menunjukkan tren peningkatan signifikan sejak diberlakukan pada tahun 2020, fenomena ini belum sepenuhnya mencerminkan tingkat kesadaran dan penerimaan masyarakat terhadap kebijakan tersebut. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan penelitian (*research gap*) antara peningkatan penerimaan pajak secara makro dengan tingkat pemahaman dan penerimaan masyarakat secara mikro terhadap kebijakan PPN Digital. Beberapa penelitian terdahulu mengungkapkan adanya perbedaan pandangan di kalangan mahasiswa sebagai kelompok pengguna aktif layanan digital. Misalnya, Putri (2025) menemukan bahwa persepsi mahasiswa terhadap kebijakan PPN PMSE berpengaruh positif terhadap minat beli layanan Netflix, di mana mahasiswa dengan persepsi positif terhadap keadilan dan manfaat kebijakan pajak lebih cenderung melanjutkan langganan berbayar. Hasil serupa juga diperoleh oleh Dewi (2024) yang menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap kebijakan pajak digital memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket langganan Netflix. Namun, penelitian tersebut belum meninjau aspek psikologis seperti kesadaran pajak yang dapat membentuk sikap dan niat perilaku individu. Hingga saat ini, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap pengenaan PPN Digital dapat memengaruhi minat mereka dalam berlangganan layanan digital seperti Spotify. Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada aspek kepatuhan pajak secara umum, belum pada perilaku konsumsi digital akibat kebijakan perpajakan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menjembatani kekosongan tersebut dengan menganalisis pengaruh kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap minat berlangganan Spotify setelah pengenaan PPN Digital di Kota Denpasar.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana faktor-faktor perpajakan memengaruhi perilaku konsumen digital di kalangan mahasiswa. Selain memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan ilmu perpajakan digital, hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi masukan bagi pembuat kebijakan, khususnya Direktorat Jenderal Pajak, dalam menyusun strategi komunikasi dan edukasi pajak yang lebih efektif kepada generasi muda. Dengan meningkatnya kesadaran pajak dan persepsi positif terhadap kebijakan pajak digital, kepatuhan pajak di sektor ekonomi digital diharapkan dapat terus ditingkatkan secara berkelanjutan.

Ketertarikan penulis memilih judul “Pengaruh Kesadaran Pajak dan Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Berlangganan Spotify setelah Pengenaan PPN Digital” dilatarbelakangi oleh fenomena transformasi besar dalam sistem perpajakan Indonesia yang kini menyasar aktivitas ekonomi digital. Spotify dipilih sebagai objek

penelitian karena merupakan salah satu platform digital berlangganan paling populer di kalangan mahasiswa dan menjadi representasi nyata dari perilaku konsumsi generasi muda di era digital. Kebijakan PPN Digital tidak hanya berdampak pada peningkatan penerimaan negara, tetapi juga mengubah cara masyarakat, khususnya mahasiswa, memaknai kewajiban pajak dalam konteks digital. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami sejauh mana kesadaran dan persepsi mahasiswa terhadap kebijakan tersebut dapat memengaruhi minat mereka dalam berlangganan layanan digital, serta memberikan kontribusi terhadap efektivitas implementasi pajak digital di Indonesia.

TINJAUAN LITERATUR

Kesadaran Pajak

Kesadaran pajak merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kepatuhan individu dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Menurut (Hidayat, 2022), kesadaran pajak mencerminkan tingkat pemahaman dan kemauan seseorang untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan kewajiban pajak berdasarkan keyakinan bahwa pajak memiliki peran penting dalam pembangunan negara. Pandangan serupa dikemukakan oleh (Rahman et al., 2020) yang menjelaskan bahwa kesadaran pajak timbul dari pemahaman mengenai manfaat pajak, keyakinan terhadap keadilan sistem perpajakan, serta rasa tanggung jawab sosial dalam mendukung negara.

Kesadaran pajak tidak hanya bersifat kognitif (pengetahuan tentang pajak), tetapi juga afektif dan konatif, yang berkaitan dengan sikap dan tindakan nyata wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya (Sari et al., 2022). Dengan meningkatnya kesadaran pajak, individu akan memahami fungsi pajak bukan sebagai beban, tetapi sebagai kontribusi yang digunakan untuk kepentingan masyarakat luas (Muhnia et al., 2023).

Fenomena empiris menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran pajak masyarakat berdampak langsung terhadap keberhasilan penerimaan pajak nasional. Selama masa kepemimpinan Menteri Keuangan Sri Mulyani, tingkat kepatuhan pajak dan realisasi penerimaan pajak Indonesia mengalami peningkatan signifikan. Berdasarkan data Kementerian Keuangan (2024), penerimaan pajak pada tahun 2024 tercatat sebesar Rp 1.932,4 triliun, tumbuh sekitar 3,5 persen dibanding tahun sebelumnya. Capaian tersebut menunjukkan efektivitas strategi digitalisasi administrasi perpajakan dan edukasi wajib pajak dalam meningkatkan kesadaran serta kepatuhan masyarakat.

Dengan demikian, kesadaran pajak dalam penelitian ini dipahami sebagai kemampuan dan kemauan individu, khususnya mahasiswa, untuk memahami, menerima, dan melaksanakan kewajiban perpajakan yang berlaku dalam aktivitas digital. Tingkat kesadaran pajak yang tinggi mencerminkan pemahaman bahwa kebijakan pajak digital merupakan instrumen yang sah untuk meningkatkan penerimaan negara dan menciptakan keadilan fiskal di era ekonomi digital (Putri, 2025)

Berdasarkan kajian dari beberapa penelitian terdahulu, indikator utama kesadaran pajak dapat dikelompokkan menjadi empat dimensi pokok berikut:

1. Pemahaman terhadap fungsi dan peraturan pajak: Pengetahuan individu tentang aturan dan manfaat pajak
2. Kesadaran terhadap pentingnya pajak bagi Pembangunan: Pemahaman akan peran pajak sebagai sumber utama Pembangunan
3. Sikap dan niat patuh terhadap kewajiban pajak: Keinginan dan kemauan untuk mematuhi kebijakan perpajakan
4. Tanggung jawab sosial wajib pajak: Rasa tanggung jawab moral terhadap pembayaran pajak
5. Dukungan terhadap kebijakan pajak digital: Tingkat penerimaan terhadap implementasi PPN Digital.

Persepsi Mahasiswa terhadap PPN Digital

Pajak merupakan salah satu sumber utama penerimaan negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran publik dan pembangunan nasional. Menurut Mardiasmo (2021), pajak adalah kontribusi wajib dari rakyat kepada negara berdasarkan undang-undang yang bersifat memaksa, tanpa imbalan langsung, dan digunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat. Dalam konteks modern, sistem perpajakan harus mampu beradaptasi dengan perubahan pola transaksi masyarakat yang semakin bergeser ke arah digitalisasi ekonomi.

Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) atau yang dikenal dengan PPN Digital. Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 60/PMK.03/2022, pemerintah menetapkan bahwa pelaku usaha luar negeri yang menjual barang atau jasa digital kepada konsumen di Indonesia wajib memungut, menyetor, dan melaporkan PPN sebesar 11%. Kebijakan ini bertujuan untuk menciptakan asas keadilan dan kesetaraan antara pelaku usaha konvensional dan digital, sekaligus memperluas basis pajak nasional.

Menurut Direktorat Jenderal Pajak (2025), kebijakan pajak digital merupakan upaya untuk menyesuaikan sistem perpajakan nasional terhadap perkembangan ekonomi berbasis teknologi serta mendorong self-assessment compliance di kalangan masyarakat digital. Salah satu perusahaan yang termasuk dalam daftar pemungut PPN Digital adalah Spotify, yang telah ditunjuk sejak tahun 2020. Kebijakan ini diharapkan dapat meningkatkan penerimaan negara tanpa menghambat pertumbuhan industri kreatif berbasis teknologi.

Dalam konteks penelitian ini, persepsi mahasiswa terhadap PPN Digital menjadi variabel penting karena mahasiswa merupakan kelompok pengguna aktif layanan digital dan bagian dari calon wajib pajak di masa depan. Persepsi mereka terhadap kebijakan PPN Digital akan memengaruhi cara pandang dan sikap terhadap kewajiban perpajakan di era digital. Berdasarkan Theory of Perception (Robbins, 2017) dan Equity Theory (Adams, 1963), persepsi individu terbentuk dari interpretasi terhadap keadilan, transparansi, serta manfaat kebijakan yang diterima. Jika mahasiswa menilai kebijakan pajak digital adil dan transparan, mereka akan memiliki persepsi positif dan lebih mendukung pelaksanaannya. Sebaliknya, persepsi negatif dapat muncul apabila kebijakan dianggap membebani secara finansial atau kurang memberikan manfaat

langsung.

Dengan demikian, persepsi mahasiswa terhadap PPN Digital dalam penelitian ini didefinisikan sebagai cara pandang, penilaian, dan pemaknaan mahasiswa terhadap kebijakan PPN Digital, yang terbentuk dari aspek kognitif (pengetahuan dan pemahaman), afektif (penilaian emosional terhadap keadilan dan manfaat), dan konatif (dukungan terhadap kebijakan):

1. Keadilan Kebijakan Pajak Digital: Menilai sejauh mana kebijakan PPN Digital diterapkan secara adil antara pelaku usaha lokal dan asing, serta antara sektor digital dan konvensional.
2. Transparansi dan Kejelasan Informasi Pajak: Persepsi terhadap keterbukaan pemerintah dalam menyampaikan aturan, tarif, dan tujuan penerapan pajak digital.
3. Dampak Ekonomi terhadap Harga dan Konsumsi: Penilaian mahasiswa terhadap pengaruh PPN Digital terhadap biaya langganan dan daya beli mereka terhadap layanan seperti Spotify.
4. Manfaat Ekonomi dan Sosial Kebijakan Pajak Digital: Persepsi bahwa kebijakan ini memberikan manfaat jangka panjang bagi negara dan masyarakat, misalnya peningkatan penerimaan negara dan keadilan fiskal.

Minat Berlangganan Spotify setelah Pengenaan PPN Digital

Minat berlangganan merupakan dorongan psikologis yang mencerminkan keinginan individu untuk menggunakan suatu produk atau layanan secara berkelanjutan. Menurut Ajzen (1991) dalam Theory of Planned Behavior (TPB), minat berperilaku (behavioral intention) merupakan prediktor utama dari tindakan aktual seseorang. Dalam konteks ini, minat berlangganan Spotify mencerminkan sejauh mana individu memiliki niat, kesediaan, dan preferensi untuk terus berlangganan meskipun terdapat kebijakan PPN Digital.

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa minat konsumen dipengaruhi oleh persepsi nilai dan manfaat produk dibandingkan dengan harga yang dibayarkan. Sementara Davis (1989) melalui Technology Acceptance Model (TAM) menekankan bahwa minat dalam menggunakan layanan digital dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat teknologi. Oleh karena itu, persepsi mahasiswa terhadap kebijakan PPN Digital berpotensi memengaruhi minat mereka untuk melanjutkan langganan Spotify.

Dengan demikian, variabel Minat Berlangganan Spotify dalam penelitian ini didefinisikan sebagai keinginan dan kesiapan individu untuk tetap menggunakan layanan Spotify berbayar meskipun terdapat pengenaan PPN Digital, yang ditentukan oleh sikap, persepsi manfaat, dan kesediaan membayar.

1. Niat Berlangganan: Keinginan untuk terus berlangganan Spotify meskipun ada pajak digital.
2. Kesediaan Membayar: Kemauan untuk membayar biaya langganan yang meningkat karena PPN.
3. Preferensi terhadap Spotify: Tingkat ketertarikan terhadap Spotify dibanding layanan musik digital lain.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif sebagai jenis data utama. Data diperoleh melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel penelitian. Data kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel dan memverifikasi hipotesis melalui analisis statistik yang terukur. Oleh karena itu, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini sesuai untuk menjawab tujuan yang bersifat eksplanatori dan terukur.

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Denpasar Selatan, didasarkan pada pertimbangan akademik dan empiris yang relevan dengan fokus penelitian mengenai kesadaran pajak, persepsi mahasiswa terhadap PPN Digital, dan minat berlangganan Spotify.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang berdomisili di Kecamatan Denpasar Selatan, yang aktif menempuh pendidikan di perguruan tinggi wilayah tersebut, yaitu Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI), Universitas Pendidikan Nasional (Undiknas), Primakara University, dan Sekolah Tinggi Bisnis Runata. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dari peneliti (mahasiswa aktif, pengguna layanan berlangganan digital (spotify), bersedia mengisi kuisisioner secara jujur dan lengkap).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik kuesioner sebagai metode utama dalam pengumpulan data. Teknik lain seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi tidak digunakan sebagai teknik utama untuk mengumpulkan data primer. Namun, teknik dokumentasi digunakan secara ekstensif sebagai teknik pelengkap dalam mengumpulkan data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	Keterangan
1	Kesadaran pajak (X1)	X1.1	0,731	Valid
		X1.2	0,815	Valid
		X1.3	0,895	Valid
		X1.4	0,862	Valid
		X1.5	0,762	Valid
2	Persepsi mahasiswa	X2.1	0,913	Valid
		X2.2	0,886	Valid

	terhadap PPN digital (X2)	X2.3	0,912	Valid
		X2.4	0,864	Valid
	Minat	Y.1	0,895	Valid
3	berlangganan Spotify (Y)	Y.2	0,856	Valid
		Y.3	0,934	Valid

Hasil uji validitas pada tabel 1 yang menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital dan minat berlangganan Spotify mempunyai *pearson correlation* > 0,30, sehingga seluruh instrumen dikatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kesadaran pajak (X1)	0,873	Reliabel
2	Persepsi mahasiswa terhadap PPN digital (X2)	0,915	Reliabel
3	Minat berlangganan Spotify (Y)	0,876	Reliabel

Hasil uji realibilitas padaTabel 2 yang menunjukkan bahwa seluruh instrument-instrumen variabel dalam penelitian ini yaitu kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital dan minat berlangganan Spotify memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,70, maka dapat dikatakan reliabel atau sudah lolos uji reliabilitas.

Analisis Statistik Deskriptif

Deskripsi Variabel Kesadaran Pajak

Tabel 3. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Kesadaran Pajak

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata - Rata Skor	Kriteria
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)			
1	Saya memahami fungsi dan manfaat pajak bagi pembangunan negara.	2	2	31	48	37	476	3,97	Baik
2	Saya mengetahui bahwa langganan	1	5	30	49	35	472	3,93	Baik

	Spotify dikenakan PPN Digital.								
3	Saya merasa berkewajiban untuk mendukung kebijakan pajak digital sebagai kontribusi kepada negara.	1	11	35	37	36	456	3,80	Baik
4	Saya bersedia tetap membayar langganan meskipun ada biaya tambahan karena PPN Digital.	4	8	30	48	30	452	3,77	Baik
5	Saya percaya bahwa kepatuhan membayar pajak adalah bagian dari tanggung jawab sosial saya.	0	10	28	51	31	463	3,86	Baik
Rata-Rata Keseluruhan							463,80	3,87	Baik

Berdasarkan hasil analisis deksriptif pada tabel 3 menunjukkan nilai rata-rata varriabel kesadaran pajak sebesar 3,87 yang termasuk dalam kategori baik. Pernyataan pada variabel kesadaran pajak yang memperoleh nilai rata - rata tertinggi adalah "Saya memahami fungsi dan manfaat pajak bagi pembangunan negara." dengan nilai rata - rata 3,97 yang termasuk kategori baik. Pernyataan pada variabel kesadaran pajak yang memperoleh nilai rata - rata terendah adalah "Saya bersedia tetap membayar langganan meskipun ada biaya tambahan karena PPN Digital." dengan nilai rata - rata 3,77 yang termasuk kategori baik.

Deskripsi Variabel Persepsi Mahasiswa Terhadap PPN Digital
Tabel 4. Deskripsi Jawaban Responden

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata - Rata Skor	Kriteria
		STS	TS	N	S	SS			
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
1	Saya menilai penerapan PPN Digital pada layanan seperti Spotify dilakukan secara adil.	3	10	32	43	32	451	3,76	Baik
2	Saya merasa penerapan PPN Digital transparan dan mudah dipahami.	5	5	36	45	29	448	3,73	Baik
3	Saya menilai PPN Digital tidak terlalu memberatkan biaya langganan saya.	4	7	35	50	24	443	3,69	Baik
4	Saya percaya bahwa PPN Digital memberikan manfaat bagi perekonomian nasional.	3	12	28	40	37	456	3,80	Baik
Rata-Rata Keseluruhan							449,50	3,75	Baik

Berdasarkan hasil analisis deksriptif pada tabel 4 menunjukkan nilai rata-rata variabel persepsi mahasiswa terhadap PPN digital sebesar 3,75 yang termasuk dalam kategori baik. Pernyataan pada variabel persepsi mahasiswa terhadap PPN digital yang memperoleh nilai rata - rata tertinggi adalah “Saya percaya bahwa PPN Digital memberikan manfaat bagi perekonomian nasional.” dengan nilai rata - rata 3,80 yang

termasuk kategori baik. Pernyataan pada variabel persepsi mahasiswa terhadap PPN digital yang memperoleh nilai rata - rata tertendah adalah “Saya menilai PPN Digital tidak terlalu memberatkan biaya langganan saya” dengan nilai rata - rata 3,69 yang termasuk kategori baik.

Deskripsi Variabel Minat Berlangganan Spotify

Tabel 5. Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Minat berlangganan Spotify

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata - Rata	Kriteria
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		Skor	
1	Saya berniat untuk tetap berlangganan Spotify setelah diberlakukan PPN Digital.	2	15	23	51	29	450	3,75	Baik
2	Saya bersedia membayar biaya tambahan untuk mempertahankan langganan Spotify.	3	11	32	47	27	444	3,70	Baik
3	Saya lebih memilih melanjutkan langganan resmi daripada mencari alternatif gratis meskipun ada PPN.	6	16	32	41	25	423	3,53	Baik
Rata-Rata Keseluruhan							439	3,66	Baik

Berdasarkan hasil analisis deksriptif pada tabel 5 menunjukkan nilai rata-rata varriabel minat berlangganan Spotify sebesar 3,66 yang termasuk dalam kategori baik. Pernyataan pada variabel minat berlangganan Spotify yang memperoleh nilai

rata - rata tertinggi adalah “Saya berniat untuk tetap berlangganan Spotify setelah diberlakukan PPN Digital.” dengan nilai rata - rata 3,75 yang termasuk kategori baik. Pernyataan pada variabel minat berlangganan Spotify yang memperoleh nilai rata - rata terendah adalah “Saya lebih memilih melanjutkan langganan resmi daripada mencari alternatif gratis meskipun ada PPN” dengan nilai rata - rata 3,53 yang termasuk kategori baik.

Hasil Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.75986477
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.041
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S) pada Tabel 6 tersebut diperoleh nilai nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a			Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
		Std.				Toler	
Model		B	Error	Beta	t	Sig.	ance VIF
1	(Constant)	.234	.865		.270	.788	
	Kesadaran pajak	.222	.054	.303	4.145	.000	.630 1.587
	Persepsi mahasiswa terhadap PPN digital	.430	.056	.557	7.621	.000	.630 1.587

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel 7 dapat dilihat bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas

antara variabel independennya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.445	.531		4.601	.000
	Kesadaran pajak	-.012	.033	-.041	-.358	.721
	Persepsi mahasiswa terhadap PPN digital	-.057	.035	-.187	-1.644	.103

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 8 tersebut, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Hasil Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.234	.865		.270	.788
	Kesadaran pajak	.222	.054	.303	4.145	.000
	Persepsi mahasiswa terhadap PPN digital	.430	.056	.557	7.621	.000

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 9 diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 0,234 + 0,222X_1 + 0,430X_2 + e$$

1. Nilai Koefisien konstanta sebesar 0,234 yang memiliki makna bahwa apabila variabel kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital pada angka nol (0) maka minat berlangganan Spotify sebesar konstan yaitu 0,234.
2. Nilai koefisien regresi variabel kesadaran pajak adalah sebesar 0,222 memiliki makna bahwa apabila variabel kesadaran pajak mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka minat berlangganan Spotify akan mengalami peningkatan sebesar 0,222. hal ini berarti setiap peningkatan pada kesadaran pajak dapat meningkatkan minat berlangganan Spotify.

3. Nilai koefisien regresi variabel persepsi mahasiswa terhadap PPN digital adalah sebesar 0,430 memiliki makna bahwa apabila variabel persepsi mahasiswa terhadap PPN digital mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka minat berlangganan Spotify akan mengalami peningkatan sebesar 0,430. Hal ini berarti setiap peningkatan pada persepsi mahasiswa terhadap PPN digital dapat meningkatkan minat berlangganan Spotify.

Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.607	.600	1.775

Berdasarkan Tabel 10 tersebut dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R square (R^2) adalah sebesar 0,600 menunjukkan bahwa 60% variasi variabel minat berlangganan Spotify dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital. Sedangkan sisanya ($100\% - 60\%$) = 40% dipengaruhi oleh variabel - variabel lain diluar model penelitian.

Hasil Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	568.367	2	284.184	90.215	.000 ^b
	Residual	368.558	117	3.150		
	Total	936.925	119			

Berdasarkan tabel 11 diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung 90,215 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa secara bersama-sama variabel kesadaran pajak (X_1), dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital (X_2) berpengaruh signifikan (nyata) terhadap minat berlangganan Spotify (Y). Sehingga model penelitian dianggap layak uji dan pengujian hipotesis dapat dilanjutkan.

Hasil Uji Signifikan Secara Parsial (Uji-t)

Tabel 12. Hasil Uji Signifikan Secara Parsial (Uji-t)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.234	.865		.270	.788
	Kesadaran pajak	.222	.054	.303	4.145	.000

Persepsi mahasiswa terhadap PPN digital	.430	.056	.557	7.621	.000
---	------	------	------	-------	------

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 12 dapat dijabarkan hasil pengujian uji hipotesis secara parsial sebagai berikut:

- a. Pengaruh Kesadaran Pajak Terhadap Minat Berlangganan Spotify
Berdasarkan hasil pengujian pengaruh kesadaran pajak terhadap minat berlangganan Spotify diperoleh nilai koefisien regresi 0,222, t hitung sebesar 4,145, dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05, hal ini berarti parsial kesadaran pajak (X1) berpengaruh positif dan signifikan (nyata) terhadap minat berlangganan Spotify (Y). Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- b. Pengaruh Persepsi Mahasiswa Terhadap PPN Digital Terhadap Minat Berlangganan Spotify
Berdasarkan hasil pengujian pengaruh persepsi mahasiswa terhadap PPN digital terhadap minat berlangganan Spotify diperoleh nilai koefisien regresi 0,430, nilai t hitung sebesar 7,621, dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05, hal ini berarti persepsi mahasiswa terhadap PPN digital (X2) berpengaruh positif dan signifikan (nyata) terhadap minat berlangganan Spotify (Y). Sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kesadaran Pajak Terhadap Minat Berlangganan Spotify Pada Mahasiswa di Kota Denpasar

Pengujian pengaruh kesadaran pajak terhadap minat berlangganan Spotify, diperoleh nilai koefisien t 4,145, nilai koefisien regresi sebesar 0,222 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 dapat diterima, maka dapat disimpulkan bahwa kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan Spotify. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kesadaran pajak maka akan meningkatkan minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar, begitu juga sebaliknya semakin rendah kesadaran pajak maka akan menurunkan minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar.

Tingginya pengaruh kesadaran pajak dalam penelitian ini didukung oleh profil karakteristik responden yang didominasi oleh mahasiswa dari Program Studi Akuntansi (35%) dan Manajemen (24,2%). Latar belakang pendidikan di bidang ekonomi dan bisnis memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme perpajakan, sehingga responden cenderung memiliki literasi pajak yang lebih baik. Selain itu, berdasarkan karakteristik semester, mayoritas responden berada pada Semester 7-8 (65%), yang menunjukkan tingkat kematangan berpikir mahasiswa tingkat akhir dalam memahami regulasi pemerintah

Menurut Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), niat untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam konteks ini, kesadaran pajak berperan membentuk sikap positif

terhadap perilaku patuh pajak dan penerimaan kebijakan PPN Digital. Mahasiswa yang memiliki kesadaran tinggi akan lebih memahami tujuan PPN Digital sebagai kontribusi terhadap pembangunan dan bukan sekadar beban finansial.

Hasil penelitian ini sejalan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rahman et al., 2020) dan (Suci Maharani, 2025) memperoleh hasil bahwa latar belakang akademis responden sebagai mahasiswa tingkat akhir di bidang ekonomi dan bisnis menjadi faktor kunci yang memvalidasi penerapan *Theory of Planned Behavior*. Kesadaran yang bersumber dari pengetahuan perpajakan yang matang terbukti mampu membentuk sikap positif yang konsisten, sehingga meskipun terdapat kebijakan PPN Digital, minat mahasiswa di Kota Denpasar untuk tetap berlangganan Spotify secara resmi tetap tinggi.

Pengaruh Persepsi Mahasiswa Terhadap PPN Digital Terhadap Minat Berlangganan Spotify Pada Mahasiswa di Kota Denpasar

Pengujian pengaruh persepsi mahasiswa terhadap PPN digital terhadap minat berlangganan Spotify diperoleh nilai koefisien t 7,621, nilai koefisien regresi sebesar 0,430 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap PPN digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan Spotify. Hal ini berarti bahwa semakin baik persepsi mahasiswa terhadap PPN digital maka akan meningkatkan minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar, begitu juga sebaliknya semakin buruk persepsi mahasiswa terhadap PPN digital maka akan menurunkan minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar.

Kuatnya pengaruh persepsi ini didukung oleh karakteristik responden berdasarkan status langganan, di mana sebanyak 59,2% responden saat ini sedang berlangganan Spotify Premium. Sebagai pengguna aktif, responden merasakan manfaat langsung dari layanan tersebut, sehingga mereka cenderung memiliki persepsi yang lebih toleran dan positif terhadap pengenaan PPN Digital. Hal ini terkonfirmasi dari skor rata-rata variabel X_2 sebesar 3,75 (kategori Baik), yang menunjukkan bahwa meskipun terdapat biaya tambahan, responden menilai kebijakan tersebut transparan dan sebanding dengan kualitas layanan yang diterima.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), persepsi individu mengenai konsekuensi dari suatu perilaku akan membentuk sikap (*attitude toward the behavior*). Dalam penelitian ini, persepsi yang positif terhadap PPN Digital (seperti keadilan kebijakan dan manfaat ekonomi) membentuk sikap mendukung yang memperkuat niat atau minat mahasiswa untuk tetap berlangganan. Hal ini membuktikan bahwa faktor eksternal berupa kebijakan harga yang transparan dapat diterima dengan baik jika individu merasakan adanya nilai manfaat yang tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri (2025) dan Dewi (2024) yang memperoleh hasil bahwa persepsi mahasiswa terhadap PPN digital berpengaruh positif terhadap minat berlangganan Spotify. Integrasi antara temuan empiris ini dengan penelitian terdahulu menegaskan bahwa persepsi mengenai kewajaran harga dan manfaat layanan merupakan determinan

utama dalam mempertahankan loyalitas konsumen digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengalaman nyata responden sebagai pelanggan aktif menjadi fondasi utama yang memperkuat keyakinan mereka bahwa PPN Digital adalah bagian dari ekosistem ekonomi digital yang wajar, sehingga tidak menyurutkan minat mereka untuk menggunakan layanan resmi.

Pengaruh Kesadaran Pajak Dan Persepsi Mahasiswa Terhadap PPN Digital Secara Simultan Terhadap Minat Berlangganan Spotify Pada Mahasiswa di Kota Denpasar

Pengujian pengaruh kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital terhadap minat berlangganan Spotify, diperoleh nilai F hitung 90,215 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_3 dapat diterima, sehingga secara simultan kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital berpengaruh signifikan terhadap minat berlangganan Spotify. Hal ini berarti bahwa semakin baik kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital maka akan meningkatkan minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar, begitu juga sebaliknya semakin buruk kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital maka akan menurunkan minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar.

Hasil ini diperkuat oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,600, yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital dalam menjelaskan minat berlangganan adalah sebesar 60%, sedangkan 40% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Secara praktis, temuan simultan ini didukung oleh latar belakang responden yang mayoritas berasal dari Universitas Pendidikan Nasional (47,5%). Sebagai bagian dari masyarakat akademis yang dinamis di Kota Denpasar, responden menunjukkan bahwa kombinasi antara pemahaman kewajiban hukum (kesadaran) dan pengalaman pengguna (persepsi) menjadi motor penggerak utama dalam pengambilan keputusan untuk tetap menggunakan layanan digital resmi.

Temuan ini didukung oleh karakteristik responden berdasarkan status langganan, di mana mayoritas responden (59,2%) merupakan pengguna yang sedang berlangganan Spotify Premium saat penelitian dilakukan. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan tersebut. Sebagai pengguna aktif, responden cenderung memiliki persepsi yang lebih positif dan objektif terhadap pengenaan PPN Digital, karena mereka menganggap nilai manfaat serta kenyamanan yang diperoleh dari layanan resmi jauh lebih besar dibandingkan beban pajak yang dikenakan."

Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), hasil simultan ini membuktikan bahwa minat perilaku (behavioral intention) terbentuk secara optimal ketika terdapat sinergi antara sikap positif individu dan kontrol informasi yang dimiliki. Integrasi antara temuan ini dengan penelitian terdahulu menegaskan bahwa kebijakan PPN Digital tidak akan menurunkan minat konsumsi secara drastis selama dibarengi dengan tingkat kesadaran pajak yang memadai dari para penggunanya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa edukasi mengenai manfaat pajak dan

transparansi kebijakan layanan menjadi dua pilar yang saling melengkapi dalam mempertahankan loyalitas mahasiswa terhadap layanan Spotify Premium di tengah adanya penyesuaian harga akibat pajak.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Kesadaran pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar, dibuktikan dengan nilai koefisien t sebesar 4,145, koefisien regresi sebesar 0,222 dan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kesadaran pajak maka akan meningkatkan minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar.
2. Persepsi mahasiswa terhadap PPN digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar, dibuktikan dengan nilai koefisien t sebesar 7,621, koefisien regresi sebesar 0,430 dan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa semakin baik persepsi mahasiswa terhadap PPN digital maka akan meningkatkan minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar.
3. Kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar. Dibuktikan dengan nilai F hitung 90,215 dan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa semakin baik kesadaran pajak dan persepsi mahasiswa terhadap PPN digital maka akan meningkatkan minat berlangganan Spotify pada mahasiswa di Kota Denpasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Badan Pusat Statistik Kota Denpasar. (2024). *Kecamatan Denpasar Selatan dalam angka 2024*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Dewi, D. S. (2024). *Persepsi mahasiswa atas kebijakan pajak penambahan nilai perdagangan melalui sistem elektronik dan dampaknya terhadap keputusan pembelian paket langganan Netflix (Studi pada mahasiswa perguruan tinggi di Jakarta)*.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2022). *The McGraw-Hill series economics*. McGraw-Hill Education.
- Hasan, M. K. H., & Kumar, L. K. (2024). Determining adequate sample size for social survey research. *Journal of the Bangladesh Agricultural University*, 22(2), 146-157. <https://doi.org/10.3329/jbau.v22i2.74547>
- Hossan, D., Dato' Mansor, Z., & Jaharuddin, N. S. (2023). Research population and sampling in quantitative study. *International Journal of Business and*

Technopreneurship, 13(3).

JagatReview. (2025, July 30). *Pelanggan Spotify bertumbuh hingga 12% di Q2 2025*.

Kock, N., & Hadaya, P. (2023). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*.

MUC Consulting. (2025, May 3). *Digital tax reaches IDR 34.91 trillion as of March 2025*.

Rahman, A., Paujiah, S., Karsudjono, A., & Najmi, L. (2020). Pengaruh sistem perpajakan, pelayanan perpajakan, sanksi pajak dan kesadaran wajib pajak terhadap kepatuhan dan keputusan membayar pajak kendaraan bermotor pada Samsat Banjarmasin I. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(3), 377-391.

Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). *Research methods for business students* (9th ed.). Pearson Education.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2022). *Research methods for business: A skill-building approach* (9th ed.). John Wiley & Sons.

Suci Maharani. (2025). *Pengaruh kenaikan tarif PPN 12% pada perdagangan melalui sistem elektronik, literasi perpajakan, dan penggunaan e-wallet terhadap keputusan pembelian langganan streaming digital Spotify*. <http://repository.unsri.ac.id/id/eprint/177187>

Zakariya, Y. F. (2022). Cronbach's alpha in mathematics education research: Its appropriateness, overuse, and alternatives in estimating scale reliability. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1074430>