

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, J. S. (1963). Towards an understanding of inequity. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(5), 422–436. <https://doi.org/10.1037/h0040968>
- Ahi, A. A., Sinkovics, N., & Sinkovics, R. R. (2023). E-commerce Policy and the Global Economy: A Path to More Inclusive Development? *Management International Review*, 63(1), 27–56. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00490-1>
- 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)
- Arfah, Y. (2020). Keputusan Pembelian Produk. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional
- Aryani, L., & Tambunan, M. R. U. D. (2022). Catatan Formulasi Kebijakan Perubahan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di Indonesia. *Dialogue: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 4(2), 362–375, <https://doi.org/10.14710/dialogue.v4i2.14893>
- Astuti, R. D., & Firmansyah, A. (2022). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Keputusan Pembelian Online yang Dimoderasi oleh Pengetahuan Pajak. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 7(1), 1–18
- Bangsawan, A. A., & Alkam, R. (2023). Implikasi atas Kenaikan Tarif PPN terhadap Orang Pribadi dan Pengusaha Guna Optimalisasi Penerimaan Negara Pasca Pandemi. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 83–93.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian analisis Kualitas Produk Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Chen, J., & Lee, S. (2022). The Impact of Digital Taxation on Consumer Purchase Decisions: A Cross-Country Analysis. *International Journal of Electronic Commerce*, 26(4), 459–483.
- Darin Salsabiah. 2024. *Peran Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dalam meningkatkan penerimaan negara dan stabilitas ekonomi*, (Online), (https://unair.ac.id/post_fetcher/fakultas-vokasi-peran-pajak-pertambahan-nilai-ppn-dalam-meningkatkan-penerimaan-negara-dan-stabilitas-ekonomi/, diakses pada 20 Januari 2025)
- Estiningsih, W., Mashita, J., & Lestiyono, S. (2019). The Effect of Perception on the Benefits of Tax toward the Discipline of Paying Taxes in Jakarta. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 8(3), 16. <https://doi.org/10.26458/jedep.v8i3.632>

- Febiola, L., & Hasnawati. (2024). Analysis Of Perceptions Of Individual Taxpayers Regarding The Rates Increase Policy Value-Added Tax To 12% In 2025. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 335–356. <https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.543>
- Frahyanti, F., Syafi'i, M. A., & Sista Devi, H. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Konsumen Memilih Belanja Online Store Daripada Offline Store. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 42–49, diakses dari <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/1794>
- Gunarso, P., Any Rustia Dewi, A., & Natasya Maheswari, V. (2024). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Pelaku Usaha Online. *Jurnal GeoEkonomi*, 15(2), 251–263. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i2.521>
- Güzel, S. A., Özer, G., & Özcan, M. (2019). The effect of the variables of tax justice perception and trust in government on tax compliance: The case of Turkey. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 78, 80–86. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2018.12.006>
- Hajatina, & Hasanah, U. (2024). Analisis dampak kenaikan tarif pajak pertambahan nilai (PPN) terhadap perilaku konsumsi dan kesejahteraan masyarakat di indonesia. *Jurnal manajemen dan bisnis*, 3(2), 36–51.
- Hariyani, A. R. (2024). *Pengaruh Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce (Shopee)(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara)* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Helmy, Y., Ashraf, M., & Abdelhamid, L. (2023). E-Commerce Challenges, Definitions, Solutions and Evaluation. In *Journal of Computer Science* (Vol. 19, Issue 9, pp. 1087–1097). Science Publications. <https://doi.org/10.3844/jcssp.2023.1087.1097>
- Hidayat, F., Riofita, H., & Penelitian, A. (2024). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce. *Jurnal Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(11), 4196–4201.
- Hidayat, T., & Nugroho, A. (2024). Peran Persepsi Keadilan Prosedural dan Distributif Pajak dalam Membentuk Niat Beli Ulang. *Jurnal Perspektif Ekonomi*, 19(1), 45-58.
- Katadata. 2024. *5 e-commerce dengan pengunjung terbanyak sepanjang 2023*, (Online), (<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/3c9132bd3836eff/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>, diakses pada 19 Desember 2024)
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2022. *Pajak Pertambahan Nilai*. Jakarta: Kementerian Keuangan.
- Kementerian Perdagangan. (2024). *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023*, (Online),

- (<https://satudata.kemendag.go.id/ringkasan/produk/perdagangan-digital-e-commerce-indonesia-periode-2023>, diakses 20 Desember 2024)
- Kino Indonesia. 2024. *5 keuntungan belanja online yang harus diketahui*, (Online), (<https://kino.co.id/id/blog/5-keuntungan-belanja-online-yang-harus-diketahui/>, diakses pada 10 Januari 2025)
- Klikpajak. 2025. *Pajak Pertambahan Nilai dan Regulasi Tarif PPN Terbaru 2025.*, (Online), (<https://klikpajak.id/blog/pajak-pertambahan-nilai-ppn/>, Diakses pada 2 Maret 2025).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2018). *Marketing management : an Asian perspective*. Pearson Education Limited.
- Laudon, K., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2020-2021: Business, Technology And Society (16th Global Edition)*. Hoboken: Pearson.
- Lim, X. Y., & Tan, C. W. (2023). Understanding Consumer Resistance to E-commerce Taxation in Southeast Asia. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(5), 1085-1098.
- Lingga, S. M., Sitompul, G. O., & Purba, H. (2024). The Influence Of Digital Marketing And VAT (Value Added Tax) Literacy On Consumer Purchasing Behavior. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 12(3), 582–591. <https://doi.org/https://doi.org/10.32832/moneter.v12i3.1112>
- Mandasari, R., Kamal, M., & Helmiati, H. (2025). The Influence of Understanding Tax Regulations, Tax Rates and Taxpayer Awareness on Taxpayer Compliance of E-commerce Users on Online Shopping Entrepreneurs. *Global Insights in Management and Economic Research*, 1(01), 19–24. <https://doi.org/10.53905/gimer.v1i01.4>
- Nopiah, R., Ekaputri, R. A., Barika, B., & Febriani, R. E. (2024). The Impact of e-Commerce on Indonesia economic growth: Intermediation models with financial technology constraint. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 9(1), 1-23, <https://doi.org/10.31002/rep.v9i1.1216>
- Octavia, S., Felicia, E., & Handayani, S. (2025). Persepsi Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Universitas Sriwijaya Terhadap Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN). In *Equivalent : Journal Of Economic, Accounting and Management* (Vol. 3, Issue 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.61994/equivalent.v3i2.952>
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 131 Tahun 2024 tentang Penyesuaian Tarif Pajak Pertambahan Nilai*. 2024. Jakarta: Kementerian Keuangan.
- Prihati Mardiana, R. (2024). Penggunaan Aplikasi Belanja Online dan Fasilitas Digital Payment terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa

- STIM Budi Bakti dalam Aplikasi Online E-Commerce ShopeePay). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1), 1-16, <https://doi.org/10.71277/trsgvy69>
- Putri, A. R., & Setyawan, A. (2023). Pengaruh Penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada E-commerce terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kota Malang). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 11(2), 113-126.
- Raharjo, F. A., & Hasnawati. (2023). *Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi Terkait Wacana Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Objek Natura/Kenikmatan*. 3(3), 173. <https://doi.org/https://doi.org/10.54957/educoretax.v3i3.491>
- Rahayu, S. K., & Sari, D. P. (2021). Do Tax Knowledge and Tax Fairness Affect Purchase Intention in E-Commerce? Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 55-65.
- Rita, & Astuti, P. (2023). Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Inflasi. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 4(1), 38-43, <https://doi.org/10.56486/remittance.vol4no1.279>
- Rosmawati. (2021). Persepsi Keadilan Pajak Terhadap Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(1), 99–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.26618/jrp.v4i1.5311>
- Ruang Pajak. 2023. *Manfaat Pajak Pertambahan Nilai Bagi Negara*, (Online), (<https://www.ruangpajak.id/2023/06/manfaat-pajak-pertambahan-nilai-bagi.html>, diakses pada 30 Januari 2025)
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2016) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th Edition, Wiley & Sons, West Sussex.
- Setiawan, I., Mulyati, S., Suryani, Y., Pratiwi, R. T., Wulandini, S., & Putri, A. (2023). Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 20(02), 169-177. <https://doi.org/10.25134/equi.v20i02.8008>
- SimilarWeb. 2025. *Top e-commerce and shopping websites in Indonesia*, (Online), (<https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/e-commerce-and-shopping/>, diakses pada 5 Januari 2025)
- Siregar, R., & Pohan, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(4), 1-12.
- Sustiyo, J. (2022). Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Perilaku Konsumtif pada Generasi Z. *Owner : Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 508-516. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.587>
- Sutisna, N. (2023). Implementasikan sistem informasi dalam mendukung perilaku pembelian terhadap keputusan pembelian e-commerce. *Jurnal MENTARI*:

Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi, 2(1), 20-30,
<https://doi.org/10.33050/mentari.v2i1.343>

Timothy, J., & Abbas, Y. (2021). Tax morale, perception of justice, trust in public authorities, tax knowledge, and tax compliance: a study of Indonesian SMEs. *EJournal of Tax Research*, 19(1), 168–184.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. 2021. Jakarta: Direktorat Jendral Pajak.

Wijaya, F., & Santoso, B. (2024). Dampak Kebijakan PPN Digital terhadap Perilaku Beralih Platform (Switching Behavior) pada Pengguna E-commerce. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 10(2), 120-135.