

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang dikembangkan oleh Icek Ajzen sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Menurut Setiadi (2019), perilaku konsumen merupakan serangkaian tindakan nyata yang dilakukan oleh individu maupun kelompok, termasuk organisasi, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari dalam diri sendiri (internal) maupun dari lingkungan sekitar (eksternal). Faktor-faktor ini secara bersama-sama mempengaruhi dan mengarahkan konsumen dalam proses pengambilan keputusan untuk memilih, membeli, serta menggunakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian, perilaku konsumen tidak hanya mencerminkan preferensi pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi sosial, budaya, psikologis, dan ekonomi yang melingkupi individu atau kelompok tersebut, sehingga menjadi aspek penting dalam memahami dinamika pasar dan strategi pemasaran yang efektif.

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individu. Menurut Kotler dan Keller (2021), perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan serta aktivitas fisik yang terlibat dalam evaluasi, pembelian, penggunaan, dan pembuangan produk dan jasa.

Teori perilaku terencana menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan prediktor perilaku yang penting. Namun sikap seseorang harus diperhatikan untuk menguji norma subjektif dan mengukur kontrol perilaku yang dirasakan seseorang. Niat berperilaku akan lebih tinggi ketika seseorang memiliki sikap yang positif, dukungan dari orang disekitarnya, dan rasa aman karena tidak ada hambatan dalam tindakannya (Ajzen, 1991). Teori perilaku terencana menegaskan bahwa hubungan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi menentukan dan mempengaruhi niat berperilaku individu untuk melakukan perilaku individu. Ada tiga variabel independen dalam teori perilaku terencana. Yang pertama adalah sikap terhadap perilaku, dimana seseorang menilai apakah sesuatu itu menguntungkan atau tidak. Kedua adalah faktor sosial yang disebut norma subjektif, yang mengacu pada persepsi terhadap tekanan sosial. Ketiga adalah behavioral control, yaitu persepsi individu terhadap mudah atau sulitnya melakukan suatu perilaku tertentu, yang merujuk pada kepercayaan diri yang dimiliki individu dalam melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Terdapat tiga konstruk utama yang mempengaruhi niat seseorang, yaitu behavioral beliefs, subjective norms, dan control beliefs.

1. Behavioral beliefs (keyakinan perilaku)

Behavioral beliefs merupakan keyakinan individu terhadap hasil atau konsekuensi dari suatu perilaku yang akan dilakukan. Keyakinan ini akan membentuk sikap (*attitude*) seseorang terhadap perilaku tersebut, apakah dipandang positif atau negatif. Apabila individu meyakini bahwa suatu tindakan memberikan manfaat, maka sikap yang terbentuk akan cenderung positif sehingga

meningkatkan kemungkinan untuk melakukannya. Sebaliknya, jika individu memandang adanya dampak negatif, maka sikap yang terbentuk akan cenderung negatif. Dengan demikian, behavioral beliefs berperan penting dalam membentuk sikap yang menjadi dasar munculnya niat untuk berperilaku (Ajzen, 1991)

Dalam penelitian ini, sikap mahasiswa terhadap pengelolaan keuangan dibentuk oleh pengalaman selama menggunakan *e-wallet*. Fitur-fitur dalam aplikasi *e-wallet* seperti riwayat transaksi, notifikasi pengeluaran, dan *cashback reward* secara tidak langsung mendorong terbentuknya evaluasi positif terhadap perilaku hemat dan terencana dalam mengelola keuangan. Selain itu, kesadaran akan pengenaan PPN pada setiap transaksi konsumsi turut membentuk sikap mahasiswa bahwa setiap keputusan belanja memiliki konsekuensi fiskal yang nyata.

2. *Subjective norms* (norma subjektif)

Subjective norms merupakan persepsi individu mengenai tekanan sosial dari lingkungan sekitar untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Tekanan ini biasanya berasal dari pihak-pihak yang dianggap penting, seperti keluarga, teman, atau lingkungan sosial lainnya. Jika individu merasa bahwa lingkungan mendukung perilaku tertentu, maka ia akan cenderung mengikuti perilaku tersebut. Sebaliknya, jika tidak ada dukungan atau bahkan terdapat penolakan dari lingkungan, maka kecenderungan untuk melakukan perilaku tersebut akan menurun. Oleh karena itu, *subjective norms* mempengaruhi niat individu melalui pengaruh sosial yang dirasakan (Ajzen, 1991).

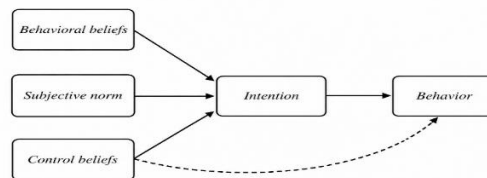
Dalam konteks mahasiswa, norma subjektif memiliki peran yang signifikan karena adanya tekanan sosial. Tekanan sosial untuk mengikuti gaya hidup teman-teman seperti kebiasaan makan di restoran atau berbelanja menggunakan *e-wallet* dapat mempengaruhi keputusan keuangan mahasiswa. Di sisi lain, kesadaran kolektif mengenai batasan anggaran dan prioritas pengeluaran turut membentuk norma yang mengatur bagaimana mahasiswa berinteraksi di lingkungan sosialnya.

3. *Control beliefs* (keyakinan kontrol)

Control beliefs adalah keyakinan individu mengenai adanya faktor-faktor yang dapat mempermudah atau menghambat pelaksanaan suatu perilaku. Keyakinan ini berkaitan dengan sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan dan kesempatan untuk melakukan tindakan tersebut. Semakin besar persepsi bahwa perilaku tersebut mudah dilakukan, maka semakin tinggi pula kemungkinan individu memiliki niat untuk melakukannya. Sebaliknya, jika individu merasa terdapat banyak hambatan, maka niat untuk berperilaku akan menurun. Dengan demikian, *control beliefs* berperan dalam membentuk *perceived behavioral control* yang turut mempengaruhi niat dan kemungkinan terjadinya perilaku (Ajzen, 1991).

Dalam penelitian ini, keyakinan kontrol mahasiswa terhadap pengelolaan keuangan dipengaruhi oleh dua variabel utama, yakni PPN dan pajak restoran. Kesadaran mahasiswa tentang besaran PPN (11%) yang ditanggung dalam setiap transaksi pembelian barang dan jasa mendorong mahasiswa untuk mempertimbangkan ulang keputusan pembelian, sehingga meningkatkan persepsi kontrol atas pengeluaran. Demikian pula, pengetahuan tentang pajak restoran yang dikenakan pada setiap kunjungan ke tempat makan di luar mendorong mahasiswa

untuk merasa lebih mampu dalam mengontrol frekuensi makan di luar dan menyesuaikannya dengan anggaran yang tersedia.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Ajzen

Sumber: Ajzen (1991)

2.1.2 Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan merupakan suatu proses yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan terhadap sumber daya yang dimiliki guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dalam konteks yang lebih spesifik, pengelolaan juga mencakup pengaturan berbagai aktivitas operasional seperti proses, praktik, dan sistem yang saling terintegrasi untuk meningkatkan kinerja serta memastikan kesesuaian dengan standar atau aturan yang berlaku (Idris *et al.*, 2025).

Pengelolaan Keuangan merupakan bagaimana seseorang memperlakukan, mengelola dan menggunakan sumber daya keuangan yang dimilikinya. Individu dapat memperlakukan keuangan dengan cara membuat anggaran dan mempertanggung jawabkan keuangannya dengan cara melakukan investasi atau membayar hutang tepat waktu. Tanggung jawab keuangan ini berupa proses pengelolaan uang dan aset secara produktif (Shintya & Rizky, 2024). Dalam konteks mahasiswa, manajemen keuangan sangat penting karena mahasiswa dibatasi oleh pendapatan tetapi memiliki beragam kebutuhan.

Faktor faktor yang mempengaruhi pengelolaan keuangan menurut Gromman *et al* (2015) dalam Shintya & Rizky (2024) yaitu:

1. Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam menerapkan pengetahuan yang dipelajarinya untuk kesejahteraan finansial individu dan perusahaan.
2. *Numeracy* (kemampuan berhitung) adalah kemampuan yang dimiliki seseorang yang berkaitan dengan penjumlahan, pengurangan, perkalian dan pembagian yang berupa bilangan matematika.
3. Mutu pendidikan adalah terselenggaranya pendidikan pada suatu lembaga, dimana pendidikan pada suatu lembaga mencapai keberhasilan.
4. *Financial Technology* yaitu Perkembangan teknologi di bidang keuangan yang menjadi salah satu faktor penting untuk memudahkan pengguna fintech dalam mengelola keuangan dengan mudah, cepat dan real time.

2.1.3 E-wallet

Dompot elektronik (*e-wallet*) adalah perangkat digital yang dirancang untuk menggantikan dompet fisik dengan memungkinkan transaksi tanpa uang tunai. *E-wallet* menyimpan data pembayaran, seperti data kartu kredit atau data *e-wallet*, dan memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan mudah melalui ponsel, perangkat yang dapat dikenakan, atau platform elektronik lainnya (Yeh *et al.*, 2024). Era transformasi digital memiliki dampak mendalam pada operasional bisnis dan perilaku konsumen. Pembayaran melalui dompet elektronik, yang merupakan salah satu solusi untuk mendigitalisasi pembayaran konsumen dan penerimaan perusahaan, semakin populer secara global.

Di Indonesia *e-wallet* berdampak besar pada kehidupan sehari-hari konsumen karena kemudahan penggunaan dengan metode pembayaran tanpa tunai. Banyak aplikasi *E-wallet* di Indonesia menawarkan banyak keuntungan, seperti mudah digunakan dan terjaminnya keamanan jaringan, serta ketersediaan metode pembayaran di berbagai gerai (Firdaus & Lubis, 2022). Dalam perkembangannya, penggunaan *e-wallet* mencapai 2,4 M konsumen pada tahun 2020 dan meningkat hingga 3,6 M pada awal tahun 2026 (Pizzan *et al.*, 2024). Hal ini membuktikan bahwa adopsi teknologi pembayaran digital telah menyebar di dunia.

Secara umum, ada beberapa jenis *e-wallet* yang beredar di Indonesia, antara lain:

1. *E-wallet* berbasis bank, yaitu *e-wallet* yang dikeluarkan oleh perbankan. *E-wallet* berbasis bank yang populer, seperti BRImo, Livin by Mandiri, dan BNI Mobile Banking
2. *E-wallet* non bank, yaitu perkembangan dari fintech seperti Gopay, Ovo, Dana, Shopeepay, dll. Selain untuk pembayaran non tunai, aplikasi ini juga memberikan layanan lain seperti belanja barang, makanan, dan kebutuhan lainnya.
3. *E-wallet* berbasis QRIS, yaitu sistem pembayaran dengan menggunakan QR kode berstandar Bank Indonesia yang dapat digunakan lintas platform.

E-wallet tidak hanya memberikan kenyamanan bagi pengguna, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap layanan pembayaran digital (Hopali *et al.*, 2022). *E-*

wallet memberikan berbagai manfaat seperti yang disebutkan oleh Barua & Deshpande (2025) diantaranya, transaksi menjadi lebih mudah, memberikan kenyamanan bagi konsumen, meningkatkan proses bisnis, mempermudah pencatatan, dan meningkatkan efisiensi. Selain itu *e-wallet* juga memiliki dampak negatif yaitu membuat konsumen menjadi lebih impulsif. Gen Y dan Z menunjukkan keseringan mendapat kepuasan dan kenikmatan saat menggunakan *e-wallet* sehingga mempengaruhi perilaku pembelian impulsif pada gen Y dan Z (Zhang *et al.*, 2023).

2.1.4 Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak yang dibayarkan oleh pembeli atas transaksi jual beli Barang Kena Pajak (BKP) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP) dan disetorkan ke kas negara oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP) penjual.

Subjek PPN diatur dalam UU PPN No. 42 Tahun 2009, yaitu:

1. Pengusaha Kena Pajak (PKP): Wajib memungut PPN dan menyetorkannya ke negara.
2. Non-PKP: Tidak wajib memungut PPN, tetapi tetap membayar pajak jika membeli barang atau jasa yang dikenakan PPN.

Objek PPN juga diatur dalam UU PPN No.42 Tahun 2009, yaitu:

1. Penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha.
2. Impor Barang Kena Pajak.

3. Penyerahan Jasa Kena Pajak (JKP) di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha.
4. Pemanfaatan BKP Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean (contoh: lisensi software atau hak cipta asing yang digunakan di Indonesia).
5. Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean.
6. Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP).
7. Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud oleh PKP.
8. Ekspor Jasa Kena Pajak oleh PKP.

Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) saat ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). UU HPP mengubah ketentuan dalam UU PPN sebelumnya, menetapkan tarif 11% yang berlaku sejak 1 April 2022 dan naik menjadi 12% pada tahun 2025.

Menurut Gendron dan Birth. (2007) PPN memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari jenis pajak lain, yaitu:

1. Pajak Tidak Langsung, PPN disebut sebagai pajak tidak langsung karena beban pajak tidak ditanggung oleh pemungut pajak (pemilik usaha), melainkan dialihkan kepada konsumen akhir melalui harga barang atau jasa. Dalam praktiknya, pemilik usaha yang dikenai pajak hanya bertindak sebagai pihak yang memungut dan menyetorkan pajak kepada pemerintah.

2. Bersifat *Multistage Tax* (Bertahap di Setiap Rantai Produksi), PPN dikenakan pada setiap tahap produksi dan distribusi, dari produsen hingga distributor hingga pengecer. Ini berarti bahwa setiap kali terjadi penjualan barang atau jasa dalam rantai ekonomi, PPN dikenakan. Namun, meskipun diterapkan pada setiap tahap, sistem PPN dirancang untuk menghindari pajak ganda. Hal ini karena pajak hanya dikenakan pada nilai tambah yang dihasilkan pada setiap tahap produksi, bukan pada seluruh nilai barang.

3. Menggunakan Mekanisme Kredit Pajak (*Input Tax Credit*), yaitu mengurangi pajak masukan. Dalam hal ini, perusahaan dapat mengimbangi pajak yang dibayarkan atas pembelian (pajak masukan) dengan pajak yang dipungut atas penjualan (pajak keluaran).

4. Netral, pajak pertambahan nilai (PPN) dianggap netral karena tidak secara langsung mempengaruhi keputusan produksi, investasi, atau distribusi. PPN hanya dikenakan pada konsumsi dan oleh karena itu tidak membebani perusahaan dalam memutuskan bagaimana dan dimana akan berproduksi.

5. Beban pajak ditanggung konsumen akhir, yaitu PPN dipungut oleh produsen di setiap tahap produksi namun beban pajak ditanggung oleh konsumen akhir. Hal ini karena PPN sudah termasuk dalam harga jual barang atau jasa. Secara ekonomi, PPN meningkatkan harga barang, sehingga mempengaruhi daya beli masyarakat. Konsumen akan membayar harga yang lebih tinggi, yang mencerminkan pajak tersebut.

2.1.5 Pajak Restoran

Menurut UU No 28 Tahun 2009 pajak restoran adalah salah satu jenis pajak daerah yang dikenakan pada transaksi di restoran, termasuk makanan dan minuman yang dikonsumsi di tempat atau dibawa pulang. Pajak ini menjadi sumber pendapatan penting bagi pemerintah daerah, terutama untuk mendukung pembangunan infrastruktur dan layanan publik. Restoran dalam konteks ini adalah fasilitas yang menyediakan makanan dan/atau minuman dengan biaya, termasuk tempat makan, kafe, kantin, warung makanan, bar, dan bisnis serupa. Dengan demikian, pajak restoran dapat diartikan sebagai pungutan daerah atas transaksi layanan makanan dan minuman yang dinikmati oleh konsumen, baik dikonsumsi di tempat maupun dibawa pulang.

Dasar pengenaan pajak restoran adalah jumlah pembayaran yang diterima atau yang seharusnya diterima oleh restoran atas pelayanan yang diberikan. Tarif pajak restoran ditetapkan paling tinggi sebesar 10% berdasarkan UU No 28 tahun 2009 dan ditentukan lebih lanjut melalui Peraturan Daerah masing-masing daerah.

Menurut Soekresno (2000), jika dilihat dari pengelolaan dan sistem penyajiannya, restoran dapat dibedakan menjadi tiga jenis utama, yaitu restoran formal, informal, dan khusus (spesialis).

1. **Restoran formal** adalah usaha jasa makanan dan minuman yang dijalankan secara komersial dan profesional dengan menekankan pelayanan yang eksklusif. Contohnya meliputi *member restaurant*, *restoran gourmet*, *main dining room*, *grilled restaurant*, serta *executive restaurant*.

2. **Restoran informal** merupakan usaha jasa makanan dan minuman yang juga dikelola secara komersial dan profesional, namun lebih mengutamakan kecepatan layanan, kepraktisan, serta tingginya perputaran pelanggan. Contohnya antara lain kafe, kafetaria, restoran cepat saji, kedai kopi, bistro, kantin, kedai, restoran keluarga, *pub*, *service corner*, *burger corner*, dan *snack bar*.
3. **Restoran khusus (spesialis)** adalah restoran yang menyajikan hidangan khas dari negara tertentu, dengan sistem penyajian yang mengikuti budaya asal tetapi telah disesuaikan dengan selera internasional. Umumnya, restoran ini melayani makan siang dan makan malam.

2.2 Penelitian Terdahulu

1. Tan dan Renata (2023) meneliti pengaruh tiga karakteristik yaitu promosi, penganggaran pengeluaran, dan perilaku konsumen terhadap niat masyarakat Indonesia untuk menggunakan dompet digital *GoPay* atau *ShopeePay*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan *GoPay* atau *ShopeePay*, dimana semakin banyak *cashback*, diskon, dan voucher yang ditawarkan, semakin tinggi niat masyarakat untuk menggunakannya. Penganggaran pengeluaran juga memiliki pengaruh positif yang signifikan karena fitur riwayat transaksi dan kategori pengeluaran pada kedua platform tersebut memotivasi pengguna untuk disiplin dalam mengelola anggaran masyarakat. Perilaku konsumen juga memiliki pengaruh positif yang signifikan karena dorongan hedonis, menjaga status sosial, dan mengikuti tren mendorong

orang untuk menggunakan dompet digital sebagai sarana belanja yang mudah dan menyenangkan.

2. Lee *et al.* (2023) meneliti apakah penggunaan dompet elektronik dapat memicu pembelian impulsif di kalangan konsumen Generasi Y dan Z di Malaysia. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif, melakukan survei online terhadap 201 pengguna dompet elektronik aktif dan menganalisis data menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kepuasan menggunakan dompet elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian yang impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna lebih cenderung melakukan pembelian impulsif seiring meningkatnya kepuasan konsumen dalam menggunakan dompet elektronik.
3. Hadal dan John (2022) menganalisis dampak penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 5% terhadap perilaku konsumen di Uni Emirat Arab. Studi ini menggunakan desain *ex-post facto* dengan sampel 240 responden dan menemukan bahwa meskipun sebagian populasi tidak secara drastis mengubah kebiasaan pembelian konsumen, rumah tangga berpenghasilan rendah dan keluarga besar dengan lebih dari lima anggota mengalami dampak yang signifikan, memaksa konsumen untuk mengurangi konsumsi dan mengurangi kualitas barang yang dibeli untuk menjaga anggaran. Temuan ini menunjukkan bahwa sensitivitas terhadap konsumsi pajak sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan dan beban keluarga, dimana strategi

adaptasi konsumen cenderung beralih ke pemasok dengan harga lebih rendah atau mengorbankan kualitas produk

4. Semenova (2020) meneliti dampak kenaikan PPN terhadap perekonomian Rusia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap perekonomian Rusia pada tingkat makro. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis data sekunder yang berkaitan dengan sistem pajak, indeks produksi industri, dan kepercayaan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan tarif PPN berdampak negatif terhadap perekonomian, termasuk peningkatan inflasi, kenaikan harga barang dan jasa, dan penurunan daya beli. Lebih lanjut, kenaikan PPN juga menyebabkan penurunan permintaan konsumen, melemahnya sektor usaha kecil dan menengah, dan perlambatan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan kenaikan pajak tidak hanya berdampak pada individu tetapi juga pada stabilitas ekonomi yang lebih luas.
5. Yansen *et al.* (2024) meneliti Dampak Kenaikan PPN 12% terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa di Surabaya mengkaji pengaruh kebijakan kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12% terhadap pola konsumsi mahasiswa serta implikasinya terhadap perencanaan keuangan pribadi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel 50 mahasiswa di Surabaya yang dianalisis menggunakan teknik statistik seperti regresi linear berganda melalui aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan PPN berdampak pada perubahan prioritas konsumsi mahasiswa,

dimana kebutuhan primer tetap menjadi prioritas utama, sementara pengeluaran untuk kebutuhan sekunder mengalami penurunan. Selain itu, mahasiswa dituntut untuk lebih selektif dalam mengelola keuangan akibat kenaikan harga barang dan jasa. Penelitian ini juga menekankan pentingnya literasi keuangan dalam membantu mahasiswa beradaptasi terhadap perubahan kebijakan perpajakan.

6. Ghunaimi dan Sharqiyah (2024) Studi ini menganalisis dampak finansial Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap perilaku pembelian mahasiswa, khususnya dalam konteks pengeluaran pendidikan di Oman. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 53 responden, mahasiswa dari Universitas A'Sharqiyah, dan dianalisis menggunakan uji statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi PPN secara signifikan berdampak pada perilaku konsumsi mahasiswa, terutama melalui peningkatan tekanan finansial dan penurunan daya beli. Beberapa mahasiswa mulai merasionalisasi pengeluaran, tetapi sebagian besar masih mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan mahasiswa setelah implementasi PPN. Lebih lanjut, PPN terbukti bersifat regresif, memberikan beban yang lebih besar pada mahasiswa berpenghasilan rendah, khususnya dalam memenuhi kebutuhan pendidikan seperti membeli buku dan bahan pembelajaran. Studi ini juga menemukan bahwa sekitar 41,5% responden mulai meningkatkan perencanaan keuangan mahasiswa sebagai bentuk adaptasi terhadap kebijakan PPN. Secara keseluruhan, studi ini menegaskan bahwa kebijakan PPN tidak hanya mempengaruhi konsumsi secara umum

tetapi juga berdampak langsung pada akses pendidikan dan kesejahteraan mahasiswa, sehingga diperlukan kebijakan yang lebih tepat sasaran untuk mengurangi beban ini.

7. Susityo (2020) meneliti pengaruh PPN, literasi keuangan, dan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Kota Madiun. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei kuesioner kepada 135 responden dari 5 universitas di Kota Madiun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PPN memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumen, artinya mahasiswa cenderung tetap membeli barang meskipun dikenakan tarif PPN karena mahasiswa lebih mengutamakan kualitas dan keinginan daripada beban pajak. Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan, dimana semakin tinggi pemahaman mahasiswa tentang keuangan, semakin rendah perilaku konsumen mahasiswa. Sementara itu, penggunaan *e-wallet* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen karena pengguna yang memiliki pemahaman teknologi yang baik mampu mengendalikan diri saat berbelanja.
8. Ayu *et al.* (2024) meneliti adaptasi mahasiswa dalam mengelola keuangan di tengah kenaikan tarif PPN. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan indikator yang mencakup perilaku konsumsi serta perilaku menabung dan investasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan PPN tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi pelajar, karena pendapatan pelajar sebagian besar masih bersumber dari orang tua sehingga dampak PPN lebih besar ditanggung oleh keluarga. Namun

demikian, kenaikan PPN terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung dan investasi mahasiswa, yang mengindikasikan bahwa mahasiswa lebih bereaksi terhadap kebijakan pajak melalui penyesuaian strategi tabungan dibandingkan pengendalian konsumsi secara langsung.

9. Dong & Stewart (2021) meneliti efek pajak pangan terhadap pengeluaran pangan rumah tangga di AS. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menggabungkan data pajak dengan data dari survei konsumsi rumah tangga. Hasilnya menunjukkan bahwa pajak pangan berdampak negatif terhadap pengeluaran untuk kunjungan restoran dan pembelian pangan rumah tangga lainnya, sementara pajak secara keseluruhan memiliki efek positif terhadap pengeluaran pangan. Hal ini menunjukkan bahwa pajak pangan dapat mempengaruhi pola konsumsi dan pengeluaran.
10. Aji dan Adawiyah (2022) meneliti mengapa dan bagaimana penggunaan dompet elektronik dapat menyebabkan pemborosan di kalangan konsumen muda. Studi ini terdiri dari dua fase: Pertama, diskusi kelompok fokus dilakukan dengan 323 mahasiswa, diikuti dengan penyebaran kuesioner kepada 289 pengguna dompet elektronik muda di Indonesia. Hasil penelitian mengungkapkan empat faktor yang mendorong mahasiswa untuk melakukan pemborosan saat menggunakan dompet elektronik: kemudahan transaksi, ketersediaan promosi dan penawaran cashback, kurangnya pengendalian diri, dan perasaan memiliki dana yang cukup bahkan setelah membelanjakannya (ilusi likuiditas). Dari keempat faktor tersebut, perasaan memiliki dana yang cukup terbukti menjadi pemicu terkuat perilaku boros.

Pengendalian diri, di sisi lain, mampu menekan perilaku ini—semakin kuat pengendalian diri mahasiswa, semakin baik mahasiswa mampu melindungi diri dari pengeluaran berlebihan saat menggunakan dompet elektronik.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1	Tan & Renata (2023)	Independen: Promosi, Penganggaran, Perilaku Konsumsi(X) Dependen: Minat menggunakan Gopay dan shoopepay (Y)	Kuantitatif	Promosi, penganggaran belanja, perilaku konsumtif berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i>
2	Lee, Y.Y., Gan, C.L., & Liew, T.W. (2023)	Independen: Dompet elektronik (X) Dependen: Pembelian Impulsif pada Gen Y dan Z (Y)	Kuantitatif	Keamanan dan kenyamanan merupakan faktor signifikan yang mendorong penggunaan <i>e- wallet</i> . Penggunaan <i>e-wallet</i> terbukti memicu perilaku pembelian impulsif di kalangan konsumen muda karena kemudahan transaksi.
3	Hadal dan John (2022)	Independen: Kenaikan PPN (X) Dependen:	Kuantitatif	Kenaikan PPN menurunkan Tingkat konsumsi

No	Peneliti	Variabel	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
		Perilaku pembelian rumah tangga (Y)		rumah tangga dan mendorong perubahan perilaku belanja khususnya pada kelompok yang berpendapatan rendah.
4	Galina Semenova (2020)	Independen: Kenaikan PPN (X) Dependen: Inflasi, Konsumsi, dan Pertumbuhan Ekonomi Rusia (Y)	Kuantitatif	Kenaikan PPN berdampak pada inflasi, menurunkan daya beli Masyarakat dan menghambat pertumbuhan ekonomi.
5	Yansen dan Ram`adhandy (2024)	Independen: Kenaikan PPN (X) Dependen: Pola konsumsi & perencanaan keuangan mahasiswa (Y)	Kuantitatif	Kenaikan PPN 12% berpengaruh signifikan terhadap perubahan pola konsumsi pelajar, dimana kebutuhan primer tetap prioritas dan pengeluaran sekunder menurun, serta mendorong pengelolaan keuangan yang lebih teratur.

No	Peneliti	Variabel	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
6	Ghunaimi dan Sharqiyah (2024)	Independen: Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Dependen: Perilaku Pembelian Mahasiswa	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa PPN memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap daya beli mahasiswa, yang tercermin dalam meningkatnya kesulitan yang dihadapi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa, terutama dalam membeli bahan pembelajaran.
7	Sustiyo & Hidayat (2019)	Independen: Literasi Keuangan (X) Dependen: Perilaku Konsumtif & Potensi PPN (Y)	Kuantitatif	Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dimana literasi keuangan semakin tinggi maka konsumsi menurun sehingga berpotensi

No	Peneliti	Variabel	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
				menurunkan penerimaan PPN
8	Fahrianisa <i>et al</i> (2025)	Independen: PPN Literasi Keuangan <i>E-wallet</i> Dependen: Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	PPN berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan, dan penggunaan e wallet tidak berpengaruh signifikan.
9	Dong dan Stewart (2021)	Independen: Pajak Makanan Dependen: Pengeluaran Makanan	Kuantitatif	Pajak makanan mempengaruhi pengeluaran pangan rumah tangga. Pajak makanan mengurangi pengeluaran pangan rumah tangga untuk beberapa kelompok, sementara pajak restoran dapat meningkatkan

No	Peneliti	Variabel	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
				pengeluaran pangan rumah tangga.
10	Aji dan Adawiyah (2022)	Independen: Kemudahan <i>E-wallet</i> (X1) Promosi (X2) Kontrol Diri (X3) Ilusi Likuiditas (X4) Dependen: Perilaku Konsumtif	Metode Campuran	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, program promosi, dan ilusi likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku belanja berlebihan, sedangkan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan. berlebihan pada pengguna <i>e-wallet</i> .

2.3 Kerangka Pemikiran

Pada bagian ini menggambarkan skema keterkaitan antara variable independen dan variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah penggunaan *e-wallet*, pajak pertambahan nilai (PPN), dan pajak restoran, sedangkan variabel dependennya adalah perilaku pengelolaan keuangan

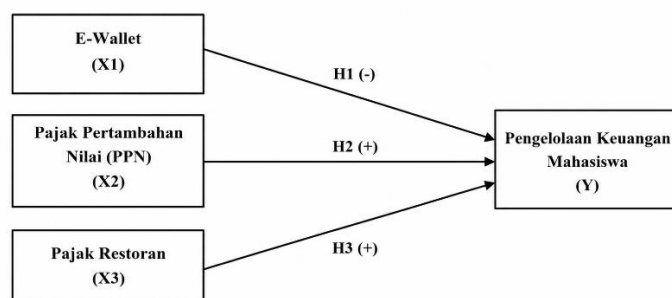
mahasiswa. Hubungan ini dijelaskan menggunakan tiga hipotesis (H1, H2, dan H3), yang menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel pertama, penggunaan *e-wallet* (X1), berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa melalui mekanisme kemudahan transaksi dan berbagai fitur promosi yang ditawarkan oleh penyedia layanan. Dalam perspektif TPB, kemudahan penggunaan *e-wallet* membentuk sikap positif mahasiswa terhadap transaksi digital, dimana mahasiswa akan mendapat kemudahan untuk mengelola keuangan. Namun di sisi lain, kemudahan tersebut berpotensi melemahkan persepsi kontrol perilaku mahasiswa, sehingga mendorong pengeluaran yang tidak terencana dan bersifat impulsif (Aji & Adawiyah, 2022).

Variabel kedua, Pajak Pertambahan Nilai atau PPN (X2), berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa terhadap daya beli dan harga barang atau jasa yang dikonsumsi. Sebagai pajak tidak langsung yang dibebankan kepada konsumen akhir, PPN secara langsung menambah biaya yang harus dikeluarkan mahasiswa dalam setiap transaksi pembelian barang dan jasa. Dalam kerangka TPB, beban PPN mempengaruhi komponen *perceived behavioral control* mahasiswa, yakni persepsi mahasiswa terhadap kemampuan finansialnya yang semakin terbatas, sehingga mendorong perubahan sikap dalam mengelola pengeluaran menjadi lebih selektif dan terencana (Hadal & John, 2022).

Variabel ketiga, pajak restoran (X3), berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa melalui penambahan beban biaya konsumsi pangan di luar rumah. Mengingat kebiasaan makan di restoran, kafe, dan warung

makan merupakan salah satu pos pengeluaran bagi mahasiswa, pengenaan pajak restoran secara langsung meningkatkan biaya yang harus ditanggung. Dalam perspektif TPB, kesadaran mahasiswa terhadap beban pajak restoran mempengaruhi sikap mahasiswa terhadap kebiasaan makan di luar, mendorong pergeseran perilaku seperti beralih ke kantin yang bebas pajak atau memasak sendiri sebagai bentuk penyesuaian anggaran (Karyanto & Sofyani, 2024). Berdasarkan uraian ini dapat dibentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh *E-wallet* terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Penggunaan *e-wallet* sebagai instrumen pembayaran digital memberikan dampak ganda terhadap pengelolaan keuangan. Di satu sisi, fitur pencatatan transaksi otomatis dan pemantauan saldo secara real-time pada aplikasi *e-wallet* dapat meningkatkan kesadaran keuangan (*financial awareness*) dan mendukung perencanaan anggaran mahasiswa. Di sisi lain, kemudahan bertransaksi tanpa uang tunai berpotensi mendorong perilaku belanja impulsif yang justru memperburuk pengelolaan keuangan.

Chelvarayan et al (2022) dalam penelitian menemukan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use e-wallet* secara signifikan mempengaruhi niat penggunaan mahasiswa, yang pada akhirnya berdampak pada pola transaksi dan pengelolaan keuangan harian mahasiswa. Senada dengan itu, (Alam et al., 2021) juga menemukan hasil bahwa *e-wallet* dalam proses bisnis sehari-hari termasuk aktivitas finansial individu terbukti meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), sikap mahasiswa terhadap penggunaan *e-wallet* (*behavioral beliefs*) yang positif akan membentuk niat dan perilaku penggunaan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap cara mahasiswa mengelola keuangan. Fitur pencatatan otomatis, pemantauan saldo secara real-time, dan kemudahan transaksi pada *e-wallet* mendukung perencanaan anggaran sekaligus berpotensi mendorong perilaku belanja impulsif apabila tidak disertai pengendalian diri yang baik (Nustini et al., 2024). Penelitian lain oleh Lee et al. (2023) membuktikan bahwa kenikmatan menggunakan *e-wallet* mendorong perilaku pembelian impulsif di kalangan Gen Y dan Z. Dengan demikian, hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut:

H1: Penggunaan *e-wallet* berpengaruh negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.

2.4.2 Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak konsumsi yang secara langsung dibebankan kepada konsumen akhir, termasuk mahasiswa. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), kenaikan tarif PPN membentuk

keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*) bahwa harga barang dan jasa menjadi lebih mahal, sehingga mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan sikap dan perilaku konsumsi mahasiswa. Persepsi terhadap beban pajak yang semakin tinggi memotivasi mahasiswa untuk lebih berhati-hati dalam mengalokasikan anggaran, memprioritaskan kebutuhan primer, dan mengurangi pengeluaran untuk kebutuhan sekunder guna mempertahankan stabilitas keuangan mahasiswa.

Hal ini sejalan dengan temuan Semenova 2020 yang membuktikan bahwa kenaikan tarif PPN berdampak langsung pada peningkatan harga barang dan jasa, penurunan daya beli, serta perubahan pola konsumsi masyarakat. Lebih spesifik dalam konteks mahasiswa, Yansen *et al.* (2024) menemukan bahwa kenaikan PPN menjadi 12% secara signifikan mengubah prioritas konsumsi mahasiswa di Surabaya, dimana kebutuhan primer tetap diutamakan sementara pengeluaran sekunder mengalami penurunan. Ghunaimi dan Sharqiyah (2024) juga memperkuat temuan ini dengan membuktikan bahwa PPN memberikan tekanan finansial yang signifikan terhadap mahasiswa, terutama individu yang berpenghasilan rendah, sehingga mendorong adaptasi dalam pengelolaan keuangan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H2: Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.

2.4.3 Pengaruh Pajak Restoran terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Pajak restoran merupakan pajak daerah yang dikenakan atas transaksi konsumsi makanan dan minuman di restoran, kafe, dan tempat makan sejenis.

Dalam konteks mahasiswa, pajak restoran memiliki relevansi yang tinggi mengingat tingginya frekuensi konsumsi mahasiswa di luar rumah, terutama di kafe yang juga berfungsi sebagai ruang belajar informal (Adityawirawan & Kusuma, 2021). Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), beban pajak restoran yang meningkatkan total harga makanan dan minuman membentuk persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) mahasiswa terhadap kemampuan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan makan di luar. Ketika biaya makan di restoran atau kafe menjadi lebih tinggi akibat pajak, mahasiswa akan mengevaluasi ulang keputusan pengeluaran dan menyesuaikan anggaran untuk mempertahankan keseimbangan keuangan.

Landasan empiris hipotesis ini diperkuat oleh temuan Dong dan Stewart (2021) yang menemukan bahwa pajak makanan, termasuk pajak restoran, secara signifikan mempengaruhi pola pengeluaran konsumsi rumah tangga. Secara khusus, kenaikan pajak restoran mendorong konsumen untuk menggeser pola makan dari restoran ke konsumsi di rumah sebagai bentuk adaptasi terhadap kenaikan harga. Fenomena ini sangat relevan bagi mahasiswa yang memiliki keterbatasan pendapatan dan lebih sensitif terhadap perubahan harga dibandingkan kelompok berpenghasilan tinggi. Ketika pajak restoran meningkatkan biaya makan di luar, mahasiswa terdorong untuk merevisi anggaran makan mahasiswa, mengurangi frekuensi makan di restoran, atau beralih ke pilihan makanan yang lebih ekonomis sebagai bagian dari strategi pengelolaan keuangan mahasiswa. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut:

H3: Pajak Restoran berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.