

Pengaruh pengenaan *value added tax* pada *top-up game online* terhadap keputusan pembelian konsumen

Rakan Alvaro^{1*}; Meliana Desiani Christanto²

¹Universitas Negeri Surabaya; ²Universitas Negeri Surabaya

**E-mail korespondensi: rakanalvaro@gmail.com*

Abstract

Rapid technological advancements, particularly in the digital entertainment sector, have boosted the popularity of online gaming in Indonesia. Along with that, top up transactions for the purchase of virtual goods have increased, contributing significantly to the gaming industry. To make sure top up transactions contribute to the Indonesia, the government imposes Value Added Tax. However, the VAT imposition on these transactions has caused impacts on consumer's purchasing decisions because it increases price of top ups. This study aims to analyze effect of VAT imposition on online game top-up transactions on purchasing decisions. Using quantitative descriptive method with simple linear regression, data were obtained through questionnaires from 100 respondents selected by purposive and accidental sampling. This study results showed that the imposition of VAT caused significant influence on purchasing decisions, with variable (VAT) contribution of 82.8%, while 17.2% is from other factors. This research provides insights how VAT affects top up purchase decisions.

Keywords: *value added tax, purchase decision, purchasing power, top up, online games.*

Abstrak

Kemajuan teknologi yang pesat, khususnya dalam sektor hiburan digital, telah mendorong popularitas game online di Indonesia. Seiring dengan itu, transaksi pengisian ulang gim untuk pembelian barang virtual semakin meningkat, memberikan kontribusi signifikan terhadap industri game. Untuk memastikan bahwa transaksi pengisian ulang gim online berkontribusi pada negara, pemerintah mengenakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Namun, pengenaan PPN pada transaksi tersebut menimbulkan dampak terhadap keputusan pembelian konsumen karena harga menjadi naik. Penelitian ini bertujuan mengukur dan menganalisis pengaruh pengenaan PPN pada transaksi pengisian ulang permainan daring terhadap keputusan pembelian. Menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan regresi linier sederhana, data diperoleh melalui kuesioner dari 100 responden kuesioner yang dipilih berdasarkan teknik purposive dan accidental sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 82,8% pembelian *game online* di pengaruhi oleh pengenaan PPN sedangkan 17,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Studi ini memberikan wawasan pengaruh PPN terhadap keputusan pembelian *top up* konsumen.

Kata kunci: *pajak pertambahan nilai, keputusan pembelian, daya beli, pengisian ulang, game online.*

PENDAHULUAN

Globalisasi telah membawa pengaruh signifikan dalam kehidupan manusia, salah satunya adalah perkembangan teknologi yang pesat. Kemajuan ini memicu berbagai

perubahan di berbagai aspek, seperti ekonomi, sosial, politik, budaya, hingga teknologi informasi dan komunikasi. Pengaruh globalisasi terhadap teknologi di Indonesia tidak dapat diabaikan telah terbukti mendorong perkembangan teknologi di Indonesia menjadi lebih pesat (Aji, 2022). Perkembangan teknologi telah banyak merubah kehidupan manusia, salah satunya ialah permainan atau *game* yang merupakan salah satu hiburan bagi manusia. Saat ini, *Game online* masih sangat diminati oleh masyarakat terutama oleh para remaja yang memberikan dampak terhadap peningkatan *trend* pada permintaan *game online* secara signifikan. Berdasarkan data yang disajikan databoks, pada Januari 2022 Indonesia berada pada posisi ketiga sebagai negara dengan pemain *game online* dengan pengguna 94,5% pada rentang usia 16 hingga 64 tahun (Dihni, 2022). Total pengguna internet pada tahun 2024 di Indonesia sebanyak 221.563.479 jiwa dari populasi sebanyak 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia pada tahun 2023. Dari hasil survei APJII, penetrasi internet tahun 2024 di mencapai 79,5%. Terjadi peningkatan sebesar 1,4% penetrasi internet dari tahun 2023 (Survei APJII, 2024). Berdasarkan Komunikasi dan Informatika dikutip dalam (Kumparan, 2023) juga mencatat terdapat sekitar 35.000.000 gamer online aktif di Indonesia pada tahun 2023. Selanjutnya, berdasarkan data yang disajikan We Are Social dan Hootsuite (Aji, 2022), terdapat 94,5% pengguna internet di Indonesia yang menggunakan aplikasi *game mobile* dengan rata-rata penggunaan mereka sekitar 1 jam 19 menit per hari. Dapat dirasakan bahwa pertumbuhan *Game online* sangat pesat dialami Indonesia. Revolusi internet memungkinkan game mempromosikan dan menawarkan audio, *streaming*, dan video interaktif yang merupakan faktor berpengaruh pada kebangkitan dan peningkatan penggunaan *game* karena para pemain atau *gamers* dapat merasakan pengalaman dan visual yang menarik saat bermain *game* (Suryano, 2016, dikutip dalam (Budyastomo & Dianti, 2022).

Berdasarkan data dari The Game Awards 2023 dikutip dari www.liputan6.com (Prastya, 2023), Best Game Award Google Play (2024), dan (Gamescom Award, 2024) mengungkapkan bahwa beberapa game yang sedang ramai dimainkan diantaranya Honkai Star Rail, Mobile Legends, dan Genshin Impact karena barang virtual atau item dan pengalaman bermain yang ditawarkan dinilai sangat menarik dan seru untuk dimainkan khususnya pada Gen-Z.

Dalam *game online*, barang virtual atau *item in-game* merupakan barang mirip seperti di dunia nyata namun tidak berwujud yang meningkatkan pengalaman bermain. Bentuknya dapat berupa *item-item eksklusif* seperti karakter pemain, markas, avatar yang dapat disesuaikan, dan lain-lain (Prabowo, 2022). Barang virtual sangat penting dan banyak dibeli karena memfasilitasi game online dan berubah menjadi sumber daya yang menguntungkan bagi pengembang game. *Item-item eksklusif* ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada saat bermain (Budyastomo & Dianti, 2022). Untuk mendapatkan barang-barang virtual ini, pemain harus membeli mata uang dalam *game*. Mata uang ini dapat diperoleh melalui *top up* atau pengisian ulang menggunakan uang yang sah (Dewantara et al., 2022). Dilansir dari Bank Sinarmas (2018) *Top up game* merupakan aktivitas pengisian atau pembelian mata uang khusus digu kebutuhan transaksi *in-game*. Mata uang *game* ini dapat dipakai untuk membeli barang virtual atau *item-item* yang tidak dapat dimiliki secara gratis dan dijual oleh *developer* didalam toko *game* tersebut atau biasa disebut *item eksklusif*. *Item-item* tersebut diantaranya adalah skin, peralatan, dan *item* lainnya yang dapat menambah kekuatan pemain didalam *game*. Pemain akan merasa lebih menikmati game ketika membeli *item-item eksklusif* yang hanya dapat dimiliki dengan pengisian mata uang game atau *top up* menggunakan mata uang yang sah. *Top up game* bisa dilakukan dengan berbagai layanan seperti *m-banking*, toko

offline yang dapat menyediakan berbagai jasa *top up*, hingga *platform online shop* yang menyediakan layanan *top up game online*.

Omset yang didapatkan dari transaksi *top up* dan pembelian *item virtual game online* sangat besar, mengacu pada data pada Desember 2021, *game online* telah meraih sekitar Rp 30 triliun omset diperoleh dari penjualan item virtual pada game online dan Indonesia telah berkontribusi sebesar 43% dari total pemain *game* di wilayah Asia Tenggara tahun 2021 (Setyowati, 2021). Di Indonesia sendiri, berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam (Kementerian dikutip dalam (Kumparan, 2023), nilai pendapatan industri *game* Indonesia pada tahun 2023 lebih dari USD 1,6 miliar. Ini merupakan jumlah yang sangat besar.

Dalam industri *game*, pengembang *game online* memperoleh penghasilan utama melalui penjualan barang virtual. Jika manfaat dari aktivitas ini didistribusikan secara adil, hal ini berpotensi memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian, khususnya di Indonesia (Siagian et al., 2020). Penting bagi pemerintah dan masyarakat untuk menjalin kolaborasi yang baik, sehingga pendapatan dari *game online* dapat dirasakan oleh lebih banyak pihak. Dengan demikian, pengembang permainan asing tidak hanya memperoleh keuntungan, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi negara tempat mereka beroperasi. Untuk memastikan pendapatan dari penyedia *game online* yang memiliki pangsa pasar di Indonesia menjadi sumber penerimaan negara, pemerintah telah menerapkan *Value Added Tax (VAT)* atau Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada transaksi *top-up game online*. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak yang dibebankan atas konsumsi pada setiap pertambahan nilai pada barang atau jasa di setiap tahapan peredarannya mulai dari produsen hingga ke tangan atau bisa dipakai oleh konsumen (Mardiasmo, 2018). PPN dikenakan oleh platform penyedia layanan *game online* atas berbagai layanan dan aset virtual yang dapat dibeli menggunakan mata uang asli yang sah. Pajak tersebut telah diatur melalui mekanisme Pajak Pertambahan Nilai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPN PMSE), karena termasuk dalam kategori Barang Kena Pajak Tidak Berwujud (BKPTB) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP).



Gambar 1. Harga *Top Up* dan PPN *Oneiric Shard* Honkai Star Rail dari situs Codashop

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun (2021) Pasal 7, Mulai 1 April 2022, tarif PPN yang berlaku adalah sebesar 11%, hal ini berdasarkan dengan ketentuan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 60/PMK.03/2022, dan akan meningkat menjadi 12% mulai 1 Januari 2025 sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP).

Kebijakan bertujuan menciptakan kesetaraan berusaha antara pelaku usaha dalam dan luar negeri, antar usaha konvensional dan digital, serta memastikan bahwa konsumen yang melakukan transaksi *top up* turut mendukung pembangunan nasional. (Sakti, 2014). Namun tidak semua pihak setuju, terdapat beberapa pihak juga yang menentang atau merasa keberatan dengan kenaikan *Value Added Tax* atau PPN ini. Kenaikan tersebut akan berimbas kepada naiknya harga *top up* yang harus dibayarkan bahkan harga barang dan jasa di seluruh Indonesia juga akan naik. Hal itu akan mengakibatkan meningkatnya resiko konsumsi masyarakat yang dapat menurun.

Misalnya, pada tahun 2024 dengan tarif PPN 11%, jika konsumen melakukan *top up* Rp 1.440.541 maka jumlah yang harus dibayarkan akan lebih besar dengan tambahan PPN sebesar 158.459 sehingga harga yang harus dibayar konsumen menjadi Rp 1.599.000. Pada tahun 2025, dengan PPN yang naik menjadi 12% maka harga yang harus dibayarkan dengan nominal *top up* yang sama akan lebih mahal lagi dari sebelumnya, yaitu Rp 1.613.405. Ditambah lagi, berdasarkan data dari Kompas.id (2023) bahwa konsumsi masyarakat atau rumah tangga melambat dengan cukup signifikan terutama di kalangan kelas menengah. Masyarakat saat ini cenderung menahan pengeluaran mereka dan memilih untuk menabung demi keberlanjutan hidup mereka ketimbang berbelanja. Terdapat peningkatan harga *top up* yang disebabkan oleh pajak pertambahan nilai sebesar 11% dan akan meningkat pada awal tahun 2025 menjadi 12% akan menyebabkan daya beli konsumen menurun dan tentunya mempengaruhi keputusan pembelian, sesuai dengan bunyi hukum permintaan "jika harga naik, maka daya beli menurun" (Venny & Asriati, 2022). Sehingga diperoleh hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

H0: Pengenaan VAT tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
H1: Pengenaan VAT memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uraian diatas, dirasa penting untuk meneliti "Pengaruh Pengenaan *Value Added Tax* Pada *Top Up Game Online* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kebijakan *Value Added Tax* (VAT) terhadap keputusan pembelian dalam konteks transaksi *top up game*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pemerintah, pelaku industri *game*, dan konsumen dalam menghadapi kebijakan perpajakan digital secara lebih bijak.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Iskandar (Darmadi, 2014) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memaparkan uraian tentang gejala, fenomena, atau fakta yang diteliti dengan mendeskripsikan secara rinci dan sistematis nilai variabel mandiri, dengan tidak bermaksud untuk menghubungkan atau membandingkan. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2018) penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan *output* dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Sedangkan analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana. Penelitian ini dirancang sebagai studi kasus yang bersifat asosiatif, analitis, dan korelasional karena bertujuan untuk mengukur pengaruh pengenaan *Value Added Tax* (VAT) terhadap keputusan pembelian konsumen pada transaksi *top-up game online*.

Penarikan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dan accidental sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Untuk meningkatkan representativitas, kriteria responden diperjelas dengan membedakan kelompok usia menjadi empat kategori: 15-20 tahun, 21-26 tahun, 27-32 tahun, dan > 32 tahun. Selain itu, responden yang dipilih adalah orang yang pernah melakukan *top up game online* dimana platform *game online* yang sering digunakan responden juga dikelompokkan menjadi lima kategori, yaitu Mobile Legends, Honkai Star Rail, Genshin Impact, Wuthering Waves, dan *game* lainnya.

Instrumen penelitian berupa kuesioner diuji validitasnya menggunakan nilai korelasi *r* hitung dibandingkan *r* tabel, serta reliabilitasnya dengan metode Cronbach's Alpha. Analisis data mencakup pengujian asumsi statistik, meliputi uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov, serta pengujian hipotesis melalui uji T, uji F, dan analisis koefisien determinasi untuk mengevaluasi hubungan dan pengaruh antar variabel. Untuk data sekunder, seperti laporan industri game, kebijakan pajak terbaru, dan penelitian atau artikel akademis yang telah dilakukan sebelumnya digunakan untuk mendukung hasil analisis dalam penelitian ini.

Untuk mengevaluasi dampak masing variabel independen dan dependen dipergunakan model regresi linier sederhana. Regresi Linier Sederhana merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar satu variabel independen dengan variabel dependennya (terikat) (Muttaqin & Srihartini, 2022). Dengan model sebagai berikut $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan disajikan hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian untuk menguji pengaruh pengenaan *Value Added Tax* (VAT) terhadap keputusan pembelian top-up game online. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode statistik yang meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan pengujian hipotesis menggunakan uji T, uji F, serta hasil analisis regresi linier sederhana. Penyajian data ini bertujuan untuk memberikan jawaban dari rumusan masalah dan membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Berikut disampaikan hasil pengolahan data yang diperoleh melalui kuesioner dari 100 responden.

Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan peneliti dari 100 responden, maka karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 1. Usia responden

Age Group	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
15 - 20 Tahun	25	25.0	25.0	25.0
21 - 26 Tahun	46	46.0	46.0	71.0
27 - 32 Tahun	19	19.0	19.0	90.0
> 32 Tahun	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	100.0

Sumber: *Data diolah, 2024*

Responden didominasi oleh generasi muda yang rentang usianya 21-26 tahun dengan persentase 46% atau sebanyak 46 responden. Kemudian yang rentang usianya 15 – 20 tahun dengan persentase 25% atau sebanyak 25 responden. Untuk rentang usia 27 – 32 tahun dengan persentase 19% atau sebanyak 19 responden, dan yang rentang usia > 32 tahun dengan persentase 10% atau sebanyak 10 responden.

Tabel 2. Jenis kelamin responden

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Perempuan	42	42.0	42.0	42.0
Laki-laki	58	58.0	58.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	100.0

Sumber: *Data diolah, 2024*

Responden kuesioner didominasi oleh laki-laki dengan persentase sebesar 58% atau sebanyak 58 responden, sedangkan persentase responden perempuan sebesar 42% atau sebanyak 42 responden.

Tabel 3. Penghasilan bulanan responden

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Belum Berpenghasilan	9	9.0	9.0	9.0
< Rp 3.000.000	32	32.0	32.0	41.0
Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	36	36.0	36.0	77.0
Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	18	18.0	18.0	95.0
> Rp 10.000.000	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	100.0

Sumber: *Data diolah, 2024*

Responden kuesioner didominasi oleh yang berpenghasilan bulanan dengan rentang Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000 sebesar 36% atau sebanyak 36 responden, Kemudian yang penghasilan bulannya < Rp 3.000.000 sebesar 32% atau sebanyak 32 responden. Responden yang berpenghasilan bulannya rentang Rp 5.000.001 – Rp 10.000.000 sebesar 18% atau sebanyak 18 responden. Responden yang berpenghasilan bulannya > Rp 10.000.000 sebesar 5% atau sebanyak 5 responden, dan sisanya responden yang belum berpenghasilan sebesar 9% atau sebanyak 9 responden.

Tabel 4. Game yang paling sering dimainkan

	Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mobile Legends	21	21.0	21.0	21.0
	Honkai Star Rail	23	23.0	23.0	44.0
	Genshin Impact	24	24.0	24.0	68.0
	Wuthering Waves	22	22.0	22.0	90.0
	Game Lainnya	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	100.0

Sumber: *Data diolah, 2024*

Dominasi dari game yang paling sering dimainkan oleh responden adalah Genshin Impact sebesar 24% atau sebanyak 24 responden, kemudian game yang paling banyak dimainkan kedua oleh responden adalah Honkai Star Rail sebesar 23% atau sebanyak 23 responden. Game yang paling banyak dimainkan ketiga oleh responden adalah Wuthering Waves sebesar 22% atau sebanyak 22 responden. Game yang paling banyak dimainkan keempat oleh responden adalah Mobile Legends sebesar 21% atau 21 responden. Dan selain game tersebut adalah Game Lainnya sebesar 10% atau hanya 10 responden.

Tabel 5. Uji validitas pengenaan VAT (Variabel X)

	Correlations	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,746**	,754**	,678**	,920**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,746**	1	,646**	,611**	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,754**	,646**	1	,582**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,678**	,611**	,582**	1	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,920**	,869**	,859**	,820**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah, 2024

Pada penelitian ini, kuesioner akan valid jika syaratnya terpenuhi, yaitu r hitung $> r$ tabel dan signifikansi $< 0,05$, namun jika syaratnya tidak terpenuhi, yaitu r hitung $< r$ tabel dan signifikansi $> 0,05$.

Berdasarkan tabel 5, untuk variabel X1.1, r hitung senilai 0,920 $> r$ tabel senilai 0,195 dan nilai signifikansinya $< 0,05$. Untuk variabel X1.2, r hitung senilai 0,869 $> r$ tabel senilai 0,195 dan nilai signifikansi $< 0,05$. Untuk variabel X1.3, r hitung senilai 0,859 $> r$ tabel senilai 0,195 dan nilai signifikansi $< 0,05$. Untuk variabel X1.4, r hitung senilai 0,820 $> r$ tabel senilai 0,195 dan nilai signifikansi $< 0,05$. Sehingga hasil dari uji validitas pada variabel X dalam kuesioner ini semua valid, dimana setiap variabelnya memenuhi kriteria, yaitu r hitung $> r$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$.

Berdasarkan Tabel 6, untuk variabel Y.1, r hitung senilai 0,880 $> r$ tabel senilai 0,195 dan nilai signifikansi $< 0,05$. Untuk variabel Y.2, r hitung senilai 0,810 $> r$ tabel senilai 0,195 dan nilai signifikansi $< 0,05$. Untuk variabel Y.3, r hitung senilai 0,849 $> r$ tabel senilai 0,195 dan nilai signifikansi $< 0,05$. Untuk variabel Y.4, r hitung senilai 0,886 $> r$ tabel senilai 0,195 dan nilai signifikansi $< 0,05$. Untuk variabel Y.5, r hitung senilai 0,818 $> r$ tabel senilai 0,195 dan nilai signifikansi $< 0,05$. Sehingga hasil dari uji validitas

pada variabel Y dalam kuesioner ini semua valid, dimana setiap variabelnya memenuhi kriteria, yaitu $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$.

Tabel 6. Uji validitas keputusan *Top Up* (variabel Y)

Correlations	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total
Y1.1 Pearson	1	,590**	,693**	,784**	,649**	,880**
Correlation						
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y1.2 Pearson	,590**	1	,618**	,648**	,598**	,810**
Correlation						
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y1.3 Pearson	,693**	,618**	1	,671**	,592**	,849**
Correlation						
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y1.4 Pearson	,784**	,648**	,671**	1	,656**	,886**
Correlation						
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y1.5 Pearson	,649**	,598**	,592**	,656**	1	,818**
Correlation						
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
N	100	100	100	100	100	100
Total Pearson	,880**	,810**	,849**	,886**	,818**	1
Correlation						
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: *Data diolah, 2024*

Uji realibilitas

Pada penelitian ini, kuesioner akan reliabel jika syarat dalam uji ini terpenuhi, yaitu $\text{Alpha} > r \text{ tabel}$ pada signifikansi 0,05, akan tetapi jika $\text{Alpha} < r \text{ tabel}$ pada signifikansi 0,05 maka dikatakan tidak reliabel.

Tabel 7. Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,891	4

Sumber: *Data diolah, 2024*

Berlandaskan pengujian Cronbach's Alpha, didapatkan hasil Alpha dari seluruh variabel X yaitu 0,891 yang dimana hasilnya menandakan seluruh variabel X pada kuesioner penelitian ini reliabel karena memenuhi kriteria $\text{Alpha} > r \text{ tabel}$ atau $0,891 > 0,195$.

Tabel 8. Uji reliabilitas variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,902	5

Sumber: *Data diolah, 2024*

Berlandaskan pengujian Cronbach’s Alpha, didapatkan hasil Alpha dari seluruh variabel Y yaitu 0,902 yang dimana hasilnya menandakan seluruh variabel Y pada kuesioner penelitian ini reliabel karena memenuhi kriteria $\text{Alpha} > r$ tabel atau $0,902 > 0,195$.

Tabel 9. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,20575136
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,081
	Negative	-,080
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,109 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Data diolah, 2024*

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) untuk melihat apakah data residual berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05, maka residual dianggap terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, residual dianggap tidak normal. Berdasarkan hasil uji normalitas (K-S) yang ditampilkan di tabel, diketahui nilai signifikansi sebesar 0,109 yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 10. Analisis regresi linear sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,669	,814		,822	,413
Pengenaan PPN	1,143	,053	,910	21,757	,000

a. Dependent Variable: Keputusan *Top Up Game Online*

Sumber: *Data diolah, 2024*

Diperoleh persamaan regresi yang berasal dari hasil perhitungan angka dalam tabel :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 \dots\dots\dots(1)$$

$$Y = 0,669 + 1,143 X_1 \dots\dots\dots(2)$$

Dari persamaan tersebut, dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut :

Nilai konstanta sebesar 0,669 menunjukkan bahwa jika variabel Pengenaan Value Added Tax (VAT) bernilai 0, maka keputusan pembelian sebagai variabel dependen, akan sebesar 0,669. Nilai koefisien regresi sebesar 1,143 memiliki arti bahwa jika variabel Pengenaan *Value Added Tax* (VAT) akan menyebabkan peningkatan 1,143 satuan pada keputusan pembelian sebagai variabel dependen, begitu pula sebaliknya.

Pengujian hipotesis

Kriteria pengujian hipotesis melalui uji T, yaitu ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga variabel Pengenaan VAT (X) berpengaruh secara simultan atau signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga artinya Pengenaan VAT (X) tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian *Top Up* (Y).

Tabel 11. Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	,669	,814		
Pengenaan PPN	1,143	,053	,910	21,757	,000

a. Dependent Variable: Keputusan *Top Up Game Online*

Sumber: *Data diolah, 2024*

Berlandaskan Tabel 6, terlihat bahwa nilai t_{hitung} pada variabel pengenaan VAT senilai 21.757. Diperoleh t_{tabel} dari persamaan nilai $df = n - k$, yang dimana $df = 100 - 2 = 98$, serta dengan tingkat kepercayaan 95%. Maka diketahui t_{tabel} sebesar 1.660. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, ini menunjukkan terpenuhinya kriteria dari uji t, yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan untuk nilai $sig < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa variabel Pengenaan VAT (X) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian *Top Up* (Y).

Tabel 12. Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2326,491	1	2326,491	473,347	,000 ^b
Residual	481,669	98	4,915		
Total	2808,160	99			

a. Dependent Variable: Keputusan *Top Up*

b. Predictors: (Constant), Pengenaan PPN

Sumber: *Data diolah, 2024*

Uji simultan dilakukan untuk melihat apakah variabel pengenaan VAT mempengaruhi keputusan pembelian secara simultan. Pengujian ini memiliki kriteria

melalui uji F yaitu ketika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga artinya variabel Pengenaan VAT (X) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian *Top Up* (Y). Begitupun sebaliknya ketika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga artinya Pengenaan VAT (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian *Top Up* (Y).

Berlandaskan tabel 7, diketahui bahwa nilai $sig < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel Pengenaan VAT (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian *Top Up* (Y).

Tabel 13. Uji koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,910 ^a	,828	,827	2,217

a. Predictors: (Constant), Pengenaan PPN

b. Dependent Variable: Keputusan Top Up

Sumber: *Data diolah, 2024*

Kriteria keputusan pada koefisien determinasi melalui R square, nilai R square dikategorikan baik jika nilainya $> 0,05$. Sehingga diketahui $0,828 > 0,05$ (R square terkategori baik) dan dapat disimpulkan 82,8% variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, sedangkan lebihnya dipengaruhi variabel lain sebesar 17,2% yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini.

Pengenaan *Value Added Tax (VAT)* atau Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada dasarnya akan meningkatkan biaya jual, hal ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan *top up* karena konsumen diharuskan membayar nominal pokok transaksi dan ditambah dengan *Value Added Tax (VAT)* atau Pajak Pertambahan Nilai (PPN) akan meningkatkan jumlah harga yang harus dibayarkan oleh konsumen. Terlebih lagi di kondisi konsumsi masyarakat atau rumah tangga yang rendah akhir-akhir ini, VAT akan membuat konsumen berpikir untuk melakukan transaksi akibat terdapat biaya tambahan berupa pajak yang harus dibayarkan.

Bersumber dari hasil analisis diatas, disimpulkan bahwa variabel Pengenaan VAT memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pemain game online untuk melakukan *top up*. Penelitian ini mendukung temuan (Farina et al., 2021) yang menjelaskan bahwa dimana jika harga tinggi dikarenakan pengenaan *Value Added Tax* atau Pajak Pertambahan Nilai maka akan mempengaruhi keputusan pembelian, disinilah terjadi hubungan antara VAT dengan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini juga mendukung temuan dari (Meliayana, 2024) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif antara Pajak Pertambahan Nilai dalam Pengambilan Keputusan *Top Up* bagi konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan kemajuan teknologi yang pesat sangat membantu berbagai aktivitas manusia. Perkembangan ini menghadirkan berbagai jenis media, seperti internet dan media hiburan. Salah satunya adalah *game online* yang kini digemari oleh semua kalangan. Dalam *game online*, pemain dapat melakukan isi ulang atau *top up* untuk

mendapatkan *item-item eksklusif* sehingga dapat meningkatkan kepuasan saat bermain. Pengisian ulang atau top up ini merupakan salah satu dari objek kena pajak pemerintah dimana pemain harus membayar pajak ketika ingin melakukan *top up*. Dengan adanya pajak maka akan menambah harga yang dibayar konsumen dan hal ini menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan untuk tetap melakukan top up atau tidak.

Mengacu pada hasil uji dan analisis diatas, bisa dinyatakan simpulan yang didapat dari penelitian ini bahwa H_0 ditolak dan H_1 sehingga variabel Pengenaan VAT (X) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian *Top Up* (Y). Hal ini bisa disebabkan karena apabila konsumen ingin melakukan *top up* maka akan dikenakan VAT atau PPN yang akan menambah jumlah yang harus dibayarkan oleh konsumen dan akhirnya mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan *top up game online*.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran penting sebagai masukan dalam pengembangan kebijakan dan praktik industri game online. Pertama, dari sisi kebijakan, pemerintah perlu memperhitungkan dampak kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN/VAT) terhadap daya beli konsumen, khususnya di sektor hiburan digital. Evaluasi terhadap kebijakan pajak harus diarahkan agar tercapai keseimbangan antara penerimaan negara dan keberlanjutan ekosistem industri game.

Kedua, dalam konteks aplikasi praktis, pengembang game online dapat merespons dampak kenaikan harga akibat pajak dengan strategi pemasaran yang adaptif, seperti memberikan diskon atau promosi menarik untuk mempertahankan minat konsumen dalam melakukan top-up. Ketiga, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar peneliti mengeksplorasi variabel tambahan yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, seperti tingkat kepuasan pengguna, preferensi terhadap fitur dalam game, serta efektivitas promosi pemasaran. Penelitian juga dapat diperluas dengan melibatkan sampel yang lebih besar dan cakupan game online yang lebih beragam, sehingga mampu menghasilkan rekomendasi yang lebih komprehensif dan aplikatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, V. B. S. (2022). Tinjauan Mekanisme Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Atas Transaksi Digital Game Online. *JURNAL ACITYA ARDANA*, 2(1), 62–78. <https://doi.org/10.31092/JAA.V2I1.1643>
- Bank Sinarmas. (2018). *Jadi Sultan Game dengan Top Up Game Favoritmu*. <https://www.banksinarmas.com/id/artikel/top-up-game>. Diakses 20 November 2024.
- Bright, S. (2024). *The best Google Play apps and games of 2024*. <https://blog.google/products/google-play/google-play-best-apps-games-2024/>. Diakses 15 November 2024.
- Budyastomo, A. W., & Dianti, H. L. (2022). Pengaruh Nilai Konsumsi dan Pembelian Impulsif terhadap Intensi Pembelian Virtual Item Pada Pemain Mobile Legends: Adventure. *Takuana: Jurnal Pendidikan, Sains, Dan Humaniora*, 1(1), 13–25. <https://doi.org/10.56113/TAKUANA.V1I1.12>
- Darmadi, H. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Dewantara, Dwika, & Dr. Rizka, S. Ag. M. H. (2022). *Tinjauan Hukum Transaksi Jual Beli Diamond pada Situs Itemku dalam Game Mobile Legends Menurut Perspektif Masalah (Studi Kasus di Surakarta)* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. 1-4. <https://eprints.ums.c.id/99399/>

- Dihni, V. A. (2022). *Jumlah Gamers Indonesia Terbanyak Ketiga di Dunia*. 1–4. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/950b8ba78451f97/jumlah-gamers-indonesia-terbanyak-ketiga-di-dunia>. Diakses 18 November 2024.
- Farina, D., Candra, R., & Irawan, Y. (2021). Pengaruh Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Daya Beli Konsumen Barang Elektronik Di Pasar Batusangkar. *JURNAL AL-INTIFAQ*, 1, 91–94.
- Gamescom Award 2024. (2024). *Gamescom Award 2024*. <https://www.gamescom.global/en/program/gamescom-award#clzuv93tp1wrj08ugbpjchdiw>. Diakses 13 November 2024.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). *RI Punya 35 Juta Gamer Aktif di 2023, Pendapatan Industri Gim USD 1,6 Miliar | kumparan.com*. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/ri-punya-35-juta-gamer-aktif-di-2023-pendapatan-industri-gim-usd-1-6-miliar-23haj3jj8vk>. Diakses 10 November 2024.
- Mardiasmo. (2018). Perpajakan edisi terbaru. In *Andi* (XIX).
- Meliayana. (2024). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak Dan Diskriminasi Perpajakan Terhadap Keputusan Top Up Game Online Yang Telah Dikenakan Ppn (Pada Pengguna Game Online Mobile Legend). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 17–20. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/3411/2391>
- Muttaqin, Z., & Srihartini, E. (2022). Penerapan Metode Regresi Linier Sederhana Untuk Prediksi Persediaan Obat Jenis Tablet. *Jurnal Sistem Informasi (JSil)*, 9(1), 12–16.
- Prabowo, F. E. (2022). Keterbukaan Komunikasi Pecandu Game Virtual Item Mobile Legends Antara Anak dan Orangtua yang Hidup Terpisah. *Universitas Islam Sultan Agung Semarang*. 19-21. <http://repository.unissula.ac.id/27158/>
- Prastya, D. (2023). *Mobile Legends-FF Minggir! Ini Peringkat Satu Daftar Game Terbanyak Diunduh Orang Indonesia Selama 2022*. Suara.Com. <https://www.suara.com/tekno/2023/01/18/123448/mobile-legends-ff-minggir-ini-peringkat-satu-daftar-game-terbanyak-diunduh-orang-indonesia-selama-2022>. Diakses 13 November 2024.
- Sakti, N. W. (2014). *Panduan Praktis Mengurus Pajak Secara Online* (Z. Simatur, Ed.; Vol. 1). VisiMedia Pustaka.
- Setyowati, D. (2021). *Pendapatan Game Online RI Rp 30 T, Fintech DANA Klaim Sumbang 15% - Fintech Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/digital/fintech/61b1bbec4af86/pendapatan-game-online-ri-rp-30-t-fintech-dana-klaim-sumbang-15>. Diakses 16 November 2024.
- Siagian, V., Siregar, Rahmadana, M. F., Basmar, E. P., Nainggolan, L. E., Lifchatullaillah, E., & Simarmata, H. M. P. (2020). *Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In *Bandung: Alfabeta* (Issue April). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan RD*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif. In *Pustaka Baru Press*. Pustaka Baru Press.
- Survei APJII. (2024). *Laporan Survei Pengguna Internet*. Indonesia Survei Center. <https://survei.apji.or.id/>. Diakses 10 November 2024.
- Theodora, A. (2023). Konsumsi Masyarakat Melemah, Tanda Ekonomi Tidak Baik-baik Saja - Kompas.id. *Kompas.Id*, 1–2.

- <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/02/06/konsumsi-warga-melemah-ekonomi-tidak-baik-baik-saja>. Diakses 17 November 2024.
- Turner, D. P. (2020). Sampling Methods in Research Design. *Headache: The Journal of Head and Face Pain*, 60(1), 8–12. <https://doi.org/10.1111/head.13707>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7, 67 (2021). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/185162/uu-no-7-tahun-2021?a=VGE3507G>. Diakses 15 November 2024.
- Venny, S., & Asriati, N. (2022). Permintaan dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 184–194. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1583>