

## Pengaruh Pajak Restoran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet KFC

Arfi Perdana Simaremare<sup>1)</sup>, Minasari Nasution<sup>2)</sup>

<sup>1), 2)</sup>Politeknik Unggul LP3M Medan

Email : [perdana1012@gmail.com](mailto:perdana1012@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh pajak restoran terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet KFC. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Dusun VI Marindal II. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah makan atau minum di outlet KFC yang berjumlah 450 orang. Hasil menggunakan rumus slovin dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 82 orang. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear sederhana dengan menggunakan program SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai  $T_{hitung}$  (6,646) >  $T_{tabel}$  (1,66412) dan signifikan sebesar  $0,000 < 0,1$  artinya pajak restoran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada outlet kfc. Nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (R Square) sebesar 0,596 hal ini berarti 59,6% variabel *dependen* dapat dijelaskan oleh variabel *independen* sedangkan sisanya ( $100\% - 59,6\% = 40,4\%$ ) dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, *standar error of the estimate* sebesar 2,120 yang berarti semakin kecil standar deviasi maka model semakin baik.

**Kata Kunci** : Pajak Restoran, Keputusan Pembelian

### Abstract

*This research analyzes the influence of restaurant tax on consumer purchasing decisions at KFC outlets. The research method used in this research is descriptive quantitative. This research was carried out in DUSUN VI Marindal II. The population in this study were consumers who had eaten or drunk at KFC outlets, totaling 450 people. The results of using the Slovin formula in this study, researchers took a sample of 82 people. The analytical method used is a simple linear regression method using the SPSS 20 program. The research results show that the value of  $T_{count}$  (6.646) >  $T_{table}$  (1.66412) is significant at  $0.000 < 0.1$ , meaning that restaurant tax has a significant effect on purchasing decisions at outlets. KFC. The adjusted coefficient of determination (R Square) is 0.596, which means 59.6% of the dependent variable can be explained by the independent variable while the remainder ( $100\% - 59.6\% = 40.4\%$ ) can be explained by other variables which are not studied. In this study, the estimated standard error was 2.120, which means that the smaller the standard deviation, the better the model.*

*Keywords: Restaurant Tax, Purchasing Decisions*

## PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan dana yang sangat potensial yang digunakan oleh pemerintah sebagai sumber pembiayaan dalam menyelenggarakan roda pemerintah. Setiap orang selalu bersinggungan dengan hal pajak baik secara langsung maupun tidak langsung. Namun berdasarkan pada Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Pajak Restoran, pajak restoran termasuk ke dalam PBI yang nilainya sama dengan PPn yaitu sebesar 10%.

Di Daerah Kota Medan banyak pengusaha yang mendirikan restoran, baik restoran cepat saji, restoran nasional, restoran khas daerah, dll. Restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan minuman dengan dipungut bayaran yang mencakup juga rumah makan, kefetaria, kantin, warung,

bar dan sejenisnya. Restoran akan dikenakan pajak jika omzet usahanya melebihi Rp 10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) setiap bulan.

Fenomena-fenomena lainnya dapat terlihat bahwa membeli makanan dan minuman di outlet KFC maka akan dikenakan Pajak Restoran. Dengan adanya pengenaan pajak terhadap makanan dan minuman yang dibeli, masyarakat sebagai konsumen harus lebih teliti dalam mengelola keuangan antara pendapatan dan pengeluaran yang berpengaruh terhadap daya beli atas barang kena pajak. Berdasarkan penelitian sebelumnya, peneliti merasa bahwa penelitian ini penting karena daya beli adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu barang dimana dalam hal ini barang yang dikenakan pajak. Membayar Pajak merupakan wujud nyata dari peran masyarakat dalam mendukung pembangunan maupun perekonomian di Indonesia, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan rasa tanggung jawab bersama sebagai warga negara. "Pajak merupakan iuran rakyat ke kas negara yang dipungut oleh negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah yang berdasarkan undang-undang.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dalam latar belakang masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pajak restoran terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet KFC.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pajak Restoran

UU nomor 28 tahun 2009 mengenai pajak daerah dan retribusi daerah pasal 1 angka 22 dan 23 menjelaskan pengertian pajak restoran dan objek pajak restoran (Hidayanti and Mulia 2019). Pajak restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran. Restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan/atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga atau catering (Hidayanti and Mulia 2019). Restoran merupakan tempat yang sengaja dibangun guna menyediakan makanan dan minuman dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya agar mendapat keuntungan.

Di Daerah Kota Medan banyak pengusaha yang mendirikan restoran, baik restoran cepat saji, restoran nasional, restoran khas daerah, dll. Restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan minuman dengan dipungut bayaran yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar dan sejenisnya. Restoran akan dikenakan pajak jika omzet usahanya melebihi Rp 10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) setiap bulan.

Pajak Restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran yang termasuk dalam ruang lingkup pajak daerah, sebelum meneliti tentang pajak restoran peneliti harus memahami tentang pajak daerah yang terdiri dari pajak restoran. Hays (2011: 27), menjelaskan bahwa restoran adalah suatu pelayanan yang dimana pelayanan tersebut mendapatkan keuntungan, jasa yang mereka berikan yaitu berupa penjualan makanan kepada masing-masing orang atau juga kepada orang-orang yang berkelompok besar maupun kecil.

### Objek, Subjek dan Wajib Pajak Restoran

#### 1. Objek Pajak Restoran

Objek pajak restoran adalah setiap pelayanan yang disediakan dengan pembayaran di restoran. Termasuk didalamnya rumah makan, warung makan, kafe, bar, pedagang kaki lima dan usaha lain yang sejenis disertai dengan fasilitas penyantapannya atau disantap ditempat lain.

#### 2. Subjek Pajak Restoran

Subjek pajak restoran adalah orang pribadi atau badan yang melakukan pembayaran atas pelayanan penjualan makanan dan minuman di restoran.

#### 3. Wajib Pajak Restoran

Wajib pajak restoran adalah pengusaha restoran termasuk didalamnya pengusaha rumah makan, warung makan, kafe, bar, pedagang kaki lima dan usaha lain yang sejenis disertai dengan fasilitas penyantapannya atau disantap ditempat lain.

### **Pengecualian Pajak Restoran**

Pengecualian pajak restoran adalah pelayanan yang disediakan oleh restoran yang nilai penjualannya tidak melebihi batas tertentu dan ditetapkan oleh peraturan daerah. Tidak semua restoran yang berdiri di suatu daerah itu kena pajak, ada ketentuan-ketentuan pengecualian pajak restoran. Maka yang menjadi ketentuan-ketentuan pengecualian pajak restoran tersebut ialah sebagai berikut :

1. Pelayanan jasa boga atau katering.
2. Usaha yang peredarannya 1 (satu) tahun kurang atau tidak melebihi Rp 10.000.000,00 (sepuluh juta rupiah) perbulan.

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Armstrong (2017), keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Sebelum transaksi dilakukan terdapat proses-proses yang terjadi dan senantiasa menyertai setiap pembelian yakni pertimbangan-pertimbangan. Siregar, dkk (2020) menyatakan bahwa pelanggan yang melakukan pembelian dan mengatakan hal baik tentang produk dan jasa yang dikonsumsi serta kemudian merekomendasikannya maka akan mengarah pada pencapaian tujuan untuk mempertahankan pelanggan. Syamsuri dan Halim (2016) menambahkan Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2012:157), Perilaku pembelian konsumen mengacu pada perilaku pembelian konsumen akhir – individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Sedangkan menurut (Kotler dan Keller, 2013: 192), Pada tahap evaluasi, pelanggan membentuk preferensi di antara merek-merek dalam serangkaian pilihan dan mungkin juganiat untuk membeli merek-merek yang disukai.

### **Proses Keputusan Pembelian**

Proses keputusan pembelian dijelaskan oleh Setiadi dalam Adnan (2018), ada 5 (lima) tahap, yaitu:

1. Mengenali Kebutuhan  
Proses mengenali kebutuhan yang dilakukan konsumen dengan mengenali perbedaan antara yang dialami dengan harapan. Pengenalan kebutuhan yang kurang dirasakan konsumen sehingga mengarahkan untuk terpenuhinya kebutuhan.
2. Cara terbaik dalam pencarian informasi dilakukan konsumen dalam pemenuhan kebutuhan. Tingkatan pencarian informasi masing-masing konsumen memiliki pandangan yang berbeda tergantung tingkatannya.
3. Menilai pilihan informasi bagi konsumen dapat diperoleh sumbernya sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Manfaat akan menjadi pertimbangan konsumen termasuk kepercayaan merek dan biaya atau resiko terhadap produk yang dibeli.
4. Mengambil Keputusan Setelah melalui evaluasi dengan pertimbangan yang matang, dimana konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli. Keputusan dan tujuan membeli konsumen dipengaruhi oleh sikap orang lain, dan faktor situasional yang tidak dapat diprediksikan (tidak terduga).
5. Evaluasi Setelah Pembelian. Apabila pembelian telah dilakukan, konsumen akan menilai terhadap tindakannya melakukan pembelian. Kinerja produk atau layanan akan dinilai oleh konsumen sebagai dasar penilaian atas kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen. Keputusan pembelian yang dijelaskan oleh (Effendi 2016), adalah merupakan perilaku individu ketika menghadapi situasi dan pilihan untuk memenuhi kebutuhannya.

### **Dimensi Keputusan Pembelian**

Swastha et al (2016) dimensi keputusan pembelian yang digunakan adalah:

1. *Need*, proses seorang pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya terhadap suatu produk.
2. *Confidence*, keyakinan pembeli dalam pembelian produk yang dipilihnya dapat

merekomendasikan produk kepada orang lain karena sudah mengetahui manfaatnya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif ini peneliti merumuskan masalah yang baru dengan mengidentifikasi melalui hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2016:8) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil yaitu semua masyarakat Dusun VI Marindal II yang berjumlah 450 orang. Dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode simple random sampling, dikatakan simple karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono:2016). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 82 responden dengan menggunakan rumus slovin.

Pertimbangan pengambilan sampel yaitu :

1. Konsumen yang pernah membeli makanan dan minuman pada outlet kFC
2. Konsumen yang mengetahui pajak restoran
3. Konsumen yang bersedia menjadi responden

### Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Atau Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Nilai Yang Diharapkan (0,1%)

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi observasi, wawancara dan penyebaran angket/kuesioner.

#### 1. Studi Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan meneliti secara langsung kondisi objek penelitian pada masyarakat Dusun VI Marindal II.

#### 2. Wawancara

Wawancara digunakan untuk teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.

#### 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden merupakan penjelasan dalam penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan responden penelitian atas beberapa identitas diantaranya berdasarkan jenis kelamin dan usia. Data ini memberikan beberapa informasi secara sederhana tentang keadaan responden yang dijadikan objek penelitian.

### 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dilihat berdasarkan jenis kelamin terdiri atas dua, yaitu pria dan wanita. Identitas responden dilihat berdasarkan jenis kelamin dapat dimuat kedalam tabel 1 :

**Tabel 1**  
**Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	32	39,0	39,0	39,0
Valid Perempuan	50	61,0	61,0	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa responden yang pernah makan di outlet KFC dan yang mengetahui pajak restoran berjenis kelamin laki-laki berjumlah 32 orang (39,0%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 50 orang (61,0%). responden yang pernah makan di outlet KFC dan yang mengetahui pajak restoran berjenis kelamin perempuan lebih banyak karena perempuan lebih suka makan diluar dan menghabiskan waktu bersama teman dan kerabatnya dan karena gaya hidup yang membuat seseorang lebih suka makan di restoran.

## 2. Karakteristik Berdasarkan Usia

**Tabel 2**  
**Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-35	61	74,4	74,4	74,4
36-50	11	13,4	13,4	87,8
51-60	10	12,2	12,2	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa responden yang pernah makan di outlet KFC dan yang mengetahui pajak restoran yang berusia 17-35 tahun sebanyak 61 orang (74,4%), responden yang berusia 36-40 tahun sebanyak 11 orang (13,4%) dan responden yang berusia 51-60 tahun sebanyak 10 orang (12,2%).

## Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali,2018) . Uji validitas dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 30 responden diluar responden penelitian ini dengan kriteria signifikan 5% dengan rumus  $df = (N-2)$  atau  $df = (30-2) = 28$  dengan nilai R tabel 0,374. Hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 :

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator Item Pernyataan	R tabel	Corrected Item- Total Correlation	Kategori
Pajak Restoran (X)	P1	0,374	0,670	Valid
	P2	0,374	0,603	Valid
	P3	0,374	0,571	Valid
	P4	0,374	0,597	Valid
Keputusan Pembelian	P1	0,374	0,709	Valid
	P2	0,374	0,819	Valid

(Y)	P3	0,374	0,904	Valid
	P4	0,374	0,804	Valid

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh bahwa pengujian dari seluruh pertanyaan memiliki nilai diatas 0,374. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dari variabel pajak restoran dan keputusan pembelian adalah valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

**Hasil Uji Reliabilitas**

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2018). Suatu kontruks atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha ( $\alpha$ ) >0.70. Hasil uji reliabilitas penelitian ini dapat dimuat pada Tabel 4.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

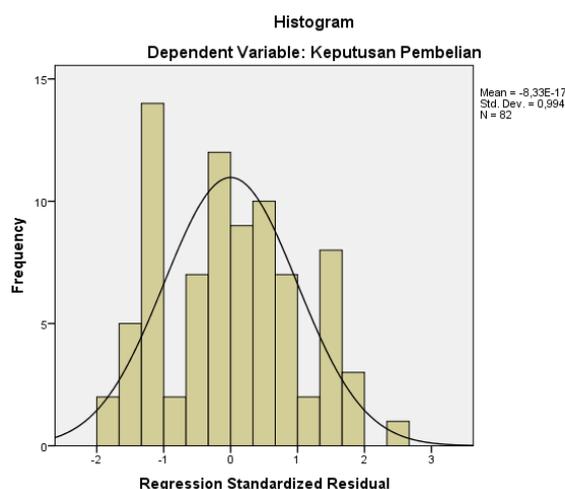
No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Pengukuran	Kategori
1	Pajak Restoran	0,795	0,7	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,915	0,7	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4 uji reliabilitas dengan Cronbach Alpha, maka semua variabel penelitian termasuk kategori reliabel, karena Cronbach alpha > dari 0,7 Hasil penelitian dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa pengukuran item variabel dalam penelitian ini memenuhi uji relibialitas dan dapat dipakai sebagai alat ukur.

**Uji Asumsi Klasik**

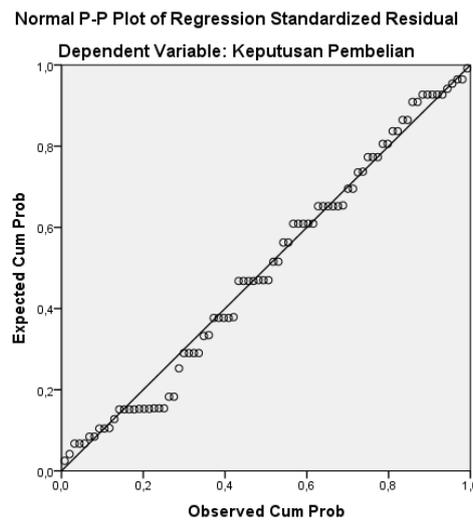
Menurut Ghozali (2018), uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi dari variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dapat dimuat pada Gambar 1 :

**1. Hasil Uji Normalitas**



Gambar 1. Grafik Histogram

Gambar 1 Grafik Histogram pada uji normalitas menunjukkan bahwa distribusi data dari penelitian berbentuk lonceng, tidak condong kekiri ataupun ke kanan, dengan perkataan lain bahwa penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar 2 Grafik Normal Plot

Gambar 2 Grafik P-Plot menunjukkan bahwa data model regresi berdistribusi normal, terlihat jelas dari titik-titik residual model regresi yang menyebar mengikuti garis normal, untuk menguatkan hasil dari grafik p-plot, maka dilakukan uji Kolmogorof-Smirnov Test pada Tabel 5 :

**Tabel 5**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,10673209
	Absolute	,103
Most Extreme Differences	Positive	,103
	Negative	-,057
Kolmogorov-Smirnov Z		,937
Asymp. Sig. (2-tailed)		,344

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 5 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,344, nilai ini lebih besar dari nilai signifikan (0,1), dengan demikian dapat dinyatakan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi secara normal.

## 2. Hasil Uji multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji model regresi dari korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen, (Ghozali, 2018). Hasil Uji Multikolonieritas dapat dimuat pada Tabel 6 :

**Tabel 6**  
**Uji Multikolonieritas**

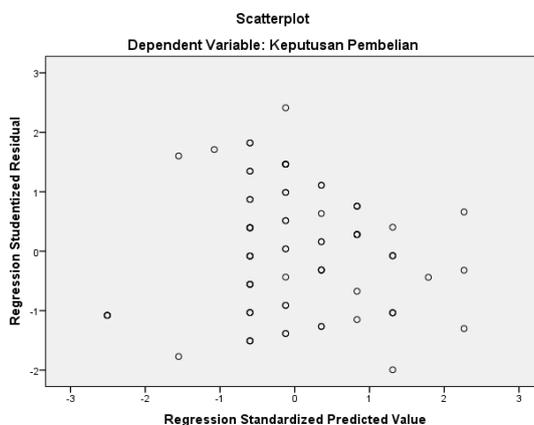
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,206	1,508		2,788	,007		
Pajak Restoran	,747	,112	,596	6,646	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel 6 Hasil Uji Multikolonieritas menunjukkan bahwa variabel pajak restoran memiliki nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 yang artinya tidak terjadi multikolonieritas antar variabel bebas.

**3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas, (Ghozali, 2018). Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dimuat pada Gambar 3:



Gambar 3 Grafik Scatter Plot

Hasil Grafik Scatterplot yang ditampilkan membuktikan bahwa data dari penelitian ini tersebar dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, dan terlihat tidak membentuk pola yang jelas, dengan begitu terlihat jelas bahwa data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser dapat dimuat pada Tabel 7 :

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Glejser**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,627	,806		4,501	,000
Pajak Restoran	-,142	,060	-,255	-2,364	,021

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Tabel 7 Hasil Uji Glejser membuktikan bahwa variabel pajak restoran dalam penelitian ini memiliki nilai sig lebih besar dari nilai signifikan (0,1), dapat dinyatakan bahwa model regresi mengalami gejala heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana ini digunakan untuk menguji hubungan/korelasi/pengaruh variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

**Tabel 8**  
**Analisis Regresi Linier Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,206	1,508		2,788	,007
Pajak Restoran	,747	,112	,596	6,646	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

$$Y = a + b X$$

$$Y = 4,206 + 0,747 X$$

Pada table 8 menunjukkan bahwa perhitungan diperoleh nilai konstanta (a) 4,206, b sebesar 0,747 sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana  $Y = 4,206 + 0,747 X$ , dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Konstanta (a) = 4,206 artinya jika variable pajak restoran bernilai 0 maka keputusan pembelian pada outlet kfc adalah sebesar 4,206
2. Koefisien (β) = 0,747 artinya bahwa setiap penambahan 1% nilai pajak restoran, maka nilai keputusan pembelian bertambah sebesar 0,747. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

**Hasil Uji t (Parsial)**

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Apabila tingkat signifikan yang digunakan sebesar 10 persen, dengan kata lain jika probabilitas  $H_a > 0,1$  maka dinyatakan tidak signifikan, dan jika probabilitas  $H_a < 0,1$  maka dinyatakan signifikan (Ghozali, 2018). Hasil Uji t dapat dimuat pada Tabel 9 :

**Tabel 9**  
**Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,206	1,508		2,788	,007
Pajak Restoran	,747	,112	,596	6,646	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai  $t_{tabel} (a/2 ; n-k-1)$  atau  $(0,05 ; 80) = 1,66412$  pada taraf signifikan 10% adalah 1,66412. Maka dengan demikian untuk mengetahui secara parsial dapat disusun persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

Pengaruh pajak restoran (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Diketahui nilai signifikan untuk

pengaruh pajak restoran (X) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,1$  yang berarti terdapat pengaruh antara pajak restoran (X) terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai  $t$  hitung  $6,646 > t_{\text{tabel}} 1,66412$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pajak restoran (X) terhadap keputusan pembelian (Y).

**Tabel 10**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,596 <sup>a</sup>	,356	,348	2,120

a. Predictors: (Constant), Pajak Restoran

Berdasarkan tabel 10 nilai R Square sebesar 0,596 artinya keputusan pembelian mampu dijelaskan oleh variabel pajak restoran sebesar 59,6%, sedangkan sisanya ( $100\% - 59,6\% = 40,4\%$ ) dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, *standar error of the estimate* sebesar 2,120.

## Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pajak restoran terhadap keputusan pembelian konsumen. Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh pajak restoran terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Budi, Dkk (2017) yang menyatakan bahwa pengenaan pajak restoran berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk kedai kopi Bangawan Solo Coffe. Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian Putri, Dkk (2023) yang menyatakan pajak restoran berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Semakin baik persepsi konsumen pada pajak, semakin kuat keputusan pembelian yang dibuat oleh calon pembeli.

## PENUTUP

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan pajak restoran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada outlet KFC. Dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,1$  yang berarti terdapat pengaruh antara pajak restoran terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai nilai R Square sebesar 0,596 artinya keputusan pembelian mampu dijelaskan oleh variabel pajak restoran sebesar 59,6%, nilai *standar error of the estimate* sebesar 2,120 yang berarti semakin kecil standar deviasi maka model semakin baik.

Selanjutnya dari hasil penelitian tersebut maka peneliti akan memberikan saran yang berkaitan tentang pajak restoran terhadap keputusan pembelian untuk dijadikan masukan dan sebagai bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak yang berkepentingan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutnya yaitu diharapkan untuk pihak outlet lebih proaktif dalam mensosialisasikan tentang pengenaan Pajak Restoran pada outlet KFC yang akan dibeli oleh konsumen. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan dengan melakukan penambahan variabel. Hal ini dikarenakan masih banyak faktor- faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam membayar Pajak Restoran seperti penghasilan konsumen, pengetahuan konsumen, kualitas pelayanan, dan masih banyak lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, L., (2021) "Pengaruh Produk Kfc Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Cepat Saji Kfc Diponegoro Surabaya," *J. Pendidik. Tata Niaga*, vol. 9, no. 2, pp. 1202–1208.
- Ghozali, Imam. (2013), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi Kelima*. Semarang: Universitas Diponegoro

- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS
- Hidayanti, Rina, and Rahma Mulia. (2019). “Analisis Kontribusi Pajak Parkir Dan Pajak Restoran Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Jakarta Timur Serta Kontribusi Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Dki Jakarta Dalam Sektor Pajak Parkir Dan Pajak Restoran.” *Jurnal Akuntansi & Bisnis Krisnadwipayana* 5 (3): 1–13.
- Kotler, P. & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing management*. 15th edition. England: pearson education, Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Principles of Marketing* (16 ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Putri, F. dan I. Fajarudin, (2023)“Pengaruh Pengenaan Pajak Restoran , Harga , Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cafe Eskrimo Surabaya,” vol. 2, pp. 10–19.
- Siregar A. A. dan K. Kusmilawaty, (2022)“Pengaruh Pajak Parkir Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan,” *JAS (Jurnal Akunt. Syariah)*, vol. 6, no. 1, pp. 57–68, doi: 10.46367/jas.v6i1.553.
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.