

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari adanya pengenaan PPN dan PPnBM terhadap daya beli. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen yang dari Wuling Motors Indonesia cabang Summarecon Bekasi. Pengujian penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Dari hasil pengujian dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji regresi ditemukan bahwa variabel PPN tidak berpengaruh signifikan terhadap daya beli.
2. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa untuk variabel PPnBM positif berpengaruh signifikan terhadap daya beli.
3. Variabel PPN dan PPnBM secara simultan berpengaruh terhadap daya beli konsumen.

5.2 Implikasi Manajerial

Implikasi Berdasarkan kesimpulan diatas menunjukkan bahwa variabel Pajak Pertambahan Nilai berpengaruh secara signifikan terhadap daya beli konsumen. PPnBM memiliki nilai yang besar terhadap Daya Beli Konsumen kendaraan bermotor roda empat. Hal tersebut dikarenakan nilainya yang lumayan besar. Bagi *stakeholder* atau pimpinan *dealer* dapat menggunakan hasil penelitian ini dalam rangka meningkatkan daya beli konsumen dengan melakukan promosi yang berhubungan dengan pengurangan nilai dari Pajak Penjualan atas Barang Mewah. Sedangkan bagi Pemerintah hasil tersebut dapat membantu jika suatu saat nanti ingin membuat keputusan yang bertujuan untuk meningkatkan sektor otomotif khususnya kendaraan beroda empat.