## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada konsumen di Kota Bandung. Fenomena yang terjadi dalam perilaku konsumen adalah konsumen Indonesia belum terukur oleh tingkat keberdayaan konsumen. Dan perkembangan *e-commerce* tidak dibarengi penerapan regulasi bisnis online yang memadai. Serta keberadaan pajak dapat merubah perilaku konsumen, dapat mendorong kegiatan atau sebaliknya. Namun melambatnya pertumbuhan PPN disebabkan melambatnya pertumbuhan ekonomi, termasuk konsumsi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Kota Bandung, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling.* Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada 100 konsumen yang berada di beberapa tempat yang telah dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) di Kota Bandung. Teknik analisis data menggunakan SEM PLS dengan bantuan software *SmartPLS* 2.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas *e-commerce* berpengaruh terhadap perilaku konsumen dan kebijakan PPN berpengaruh terhadap perilaku konsumen, dimana efektivitas *e-commerce* dan kebijakan PPN yang dapat terlaksana dengan optimal akan memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumen. Maka, permasalahan yang terjadi pada perilaku konsumen (Y) dikarenakan oleh variabel efektivitas *e-commerce* dan kebijakan PPN yang belum terlaksana dengan baik.



Kata kunci : Efektivitas *E-Commerce*, Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Perilaku Konsumen.

## *ABSTRACT*

*This research was conducted on the Consumer in Bandung. A phenomenon that occurs in consumer behavior is consumer Indonesia is not measured by the level of consumer empowerment. And the development of e-commerce is not accompanied by the application of adequate regulation of the online business. And the existence of tax may change consumer behavior, can encourage activities or vice versa. However, the slower growth of VAT due to the slowing economy, including consumption.*

*This research is a quantitative study, with descriptive and verification methods. The population in this study is a population of Bandung, the sampling using simple random sampling technique. Data was collected by distributing questionnaires directly to the 100 consumers who are in some places that have been confirmed as Taxable Entrepreneur (PKP) in Bandung. Data were analyzed using SEM PLS with the help of software SmartPLS 2.0.*

*The results showed that the effectiveness of e-commerce influence on consumer behavior and the policy of the VAT effect on consumer behavior, where the effectiveness of e-commerce and VAT policy that can be implemented optimally will have a positive influence on consumer behavior. Thus, the problems that occurred in consumer behavior (Y) due to the variable effectiveness of e-commerce and VAT policy that has not done well.*



*Keywords: Effectiveness of E-Commerce, Policy Value Added Tax (VAT), Consumer Behavior.*