

DAFTAR PUSTAKA

- Ainy, Z. N. (2020). Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*
- Afdila. (2020). Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah STAI Auliaurrasyidin Tembilahan).
- Ajzen. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Ajzen, I. (2002). *Constructing a TPB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*. 1–14.
- Bornman, M. dan M. W. (2018). *Tax literacy in the digital economy M Com (Taxation) CA(SA). EJournal of Tax Research*.
- Cvrlje, D. (2015). *Synthesis and evaluation in the C-cubed system: custom coprocessor compilations. The Macrotheme Review*.
- Devi Pramestri, S. A. P., & Supadmi, N. L. (2017). Pengaruh PPN, PPnBm, Dan Pkb Tarif Progresif Pada Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Fathur, Tenriwaru; Abduh, M. (2020). *E-Commerce Effect And Value Added Tax (Vat) Policy On Consumer Behavior. (Analisisi of Financial Statements Using Liquidity Ratio To Measure Financial Performance In 2017- 2019)*
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Hasibullah, N. A., Mursalim, M., & Su'un, M. (2020). Analisis Pengaruh PPN, PPnBM, dan PKB dengan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen

- Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Makassar. *Journal of Accounting and Finance (JAF)*, 86–101.
- Husein Umar. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Rajagrafindo Persada.
- Irawan, Y. (2020). Pengaruh Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) Terhadap Daya Beli Konsumen Barang Elektronik Di Pasar Batusangkar.
- Kemenkeu. (2021). Pajak Pertambahan Nilai (PPN) / VAT (*Value Added Tax*). Kementerian Keuangan Republik Indonesia. www.kemenkeu.go.id
- Kiki Safitri. (2020). Dua Generasi Ini Jadi Penyumbang Terbesar Transaksi *E-Commerce* di RI. www.kompas.com
- Kotler, P. K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- L. Azizah, Supandi, S. (2019). *Electronic Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Pertahanan*. 5, 2.
- Laudon Ken, J. L. (2009). *Management Information Systems (International Pearson Higher Education)*
- Liyana, N. F. (2021). Menelaah Rencana Kenaikan Tarif PPN Berdasarkan Bukti Empiris Serta Dampaknya Secara Makro Ekonomi. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 5(2), 124–135.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2016). Implementasi *E-Commerce* Sebagai Media Penjualan *Online* (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Moučková, M., & Vitek, L. (2018). *Tax literacy. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 66(2), 553–559.
- Muti, I. I. (2017). Pengaruh Persepsi Kebijakan Penghapusan Sanksi Administrasi Pajak Tahun 2015 Dan Pengetahuan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pham, A., Genest-Grégoire, A., Godbout, L., & Guay, J.-H. (2021). *Tax Literacy:*

A Canadian Perspective. Canadian Tax Journal/Revue Fiscale Canadienne.

- Rahmah, N. (2022). Alternatif Solusi Dalam Pemulihan Ekonomi Tahun 2022 Dengan Menimbang Pro Kontra Kenaikan PPN 11 % Oleh : Anindya.
- Ratnasari, Ida Ayu Putri; Setiawan, P. E. (2016). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Kendaraan Bermotor Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Kendaraan di Denpasar. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.
- Regyna, T. F., Agustina, D., & Pramadista, F. N. (2022). Dampak Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Terhadap Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM).
- Ridho, M. N. (2021). Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) Pada Transaksi E-Commerce. JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan), 5(1).
- Sangadji, E. M. S. (2014). Perilaku Konsumen - Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian. Andi.
- Saputro, L. A., Khosmas, F. Y., & Basri, M. (2021). Pengaruh E-commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. Jurnal Pendidikan Dan Khatuilstiwa, 10(1), 1–10.
- Saswiana, Eli, H., & Bustam. (2020). Pengaruh e-commerce terhadap perilaku konsumen dan keputusan pembelian produk online shop (studi kasus mahasiswa STIEM Bongaya). Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar (STIEM Bongaya), 5(1), 60–69.
- Schiffman, K. (2008). *Consumer Behavior* (7th ed.). Indeks.
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-commerce dorong perekonomian Indonesia, selama pandemi covid 19 sebagai entrepreneur. Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan, 2(3), 200–213.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sustiyo, J. (2022). Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Perilaku Konsumtif pada Generasi Z. *6*, 508–516.

Sustiyo, J., & Hidayat, R. T. (2020). Literasi Keuangan Dan Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) Pada Generasi Z. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*.

Ujang Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.

Zulfikar, I. (2019). *Rumus Slovin*. Rumusguru.com