

**PENGARUH CASHBACK DAN PERSEPSI PAJAK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* K-POP DI SURABAYA
DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.**

SKRIPSI



Oleh :

JIHAN QURRATUL 'AINI FATIHAH

NIM : 20221220054

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2026

**PENGARUH CASHBACK DAN PERSEPSI PAJAK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* K-POP DI SURABAYA
DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.**

**Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Akuntansi**



Oleh :

JIHAN QURRATUL 'AINI FATIAH

NIM : 20221220054

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2026

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jihan Qurratul 'Aini Fatihah

NIM : 20221220054

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini, benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 09 Agustus 2026

Yang Membuat Pernyataan,



(Jihan Qurratul 'Aini Fatihah)

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

PENGARUH *CASHBACK* DAN PERSEPSI PAJAK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* K-POP DI SURABAYA DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Diajukan Oleh :

JIHAN QURRATUL 'AINI FATIHAH

NIM : 20221220054

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh

Dosen Pembimbing,

1. Rieska Maharani S.E., M.M., Ak. CPFRA.

Tandatangan

Tanggal

31/8 2026

2. Adhar Putra Setiawan, S.E., M.Ak., CPFRA.

Ham

31/8 2026

Mengetahui:

Dekan

Dr. Mochamad Mochkias, S.Si., MM.

Program Studi

Halimah Setiawan, S.E., M.Ak., CPFRA

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

PENGARUH *CASHBACK* DAN PERSEPSI PAJAK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* K-POP DI SURABAYA DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL-MEDIASI.

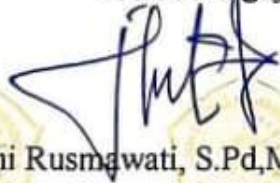
**JIHAN QURRATUL 'AINI FATIAH
NIM : 20221220054**

**Program Studi : Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari / Tanggal : Rabu / 15 Juli 2026
Pukul : 14.30 WIB sampai dengan 15.30 WIB**

Tim Dosen Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



Dr. Zeni Rusmawati, S.Pd, M.Pd., CPFRA

Anggota I



Rieska Maharani S.E., M.M., Ak. CPFRA

Anggota II



Adhar Putra Setiawan, SE., M.Ak., CPFRA

Mengetahui

Dekan,


Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM.
Halimatus Sa'diyah, S.E., M.Ak., Ak., CPFRA.

Program Studi

**PENGARUH CASHBACK DAN PERSEPSI PAJAK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE* K-POP DI SURABAYA
DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.**

Jihan Qurratul ‘Aini Fatihah

Prodi Akuntansi FEB-Universitas Muhammdiyah Surabaya

e-mail : jihan.qurratul.aini-2022@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Cashback* dan Persepsi Pajak terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* K-pop di Surabaya dengan Harga sebagai variabel mediasi. Fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap *merchandise* K-pop mendorong pelaku usaha untuk menerapkan berbagai strategi pemasaran, seperti program *cashback*. Di sisi lain, pembelian *merchandise* K-pop yang umumnya berasal dari luar negeri juga dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap pajak serta harga produk. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antarvariabel tersebut dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 83 responden yang merupakan konsumen *merchandise* K-pop di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, analisis jalur (*path analysis*), dan Uji Sobel untuk menguji pengaruh mediasi. Pengolahan data dilakukan menggunakan program IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Cashback* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Persepsi Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Cashback* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga, Persepsi Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga, serta Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sementara itu, hasil analisis mediasi menunjukkan bahwa Harga tidak mampu memediasi pengaruh *Cashback* terhadap Keputusan Pembelian maupun pengaruh Persepsi Pajak terhadap Keputusan Pembelian, yang dibuktikan melalui hasil Uji Sobel dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,261 dan 0,088 ($p > 0,05$).

Kata Kunci: *Cashback*, Persepsi Pajak, Harga, Keputusan Pembelian, *Merchandise* K-pop.

INFLUENCE OF CASHBACK AND TAX PERCEPTION ON K-POP MERCHANDISE PURCHASE DECISIONS IN SURABAYA WITH PRICE AS A MEDIATING VARIABLE

Jihan Qurratul ‘Aini Fatihah

Accounting Studies, FEB- Universitas Muhammadiyah Surabaya

e-mail : jihan.qurratul.aini-2022@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of cashback and tax perception on K-pop merchandise purchase decisions in Surabaya, with price serving as a mediating variable. The phenomenon of rising public interest in K-pop merchandise has prompted business owners to implement various marketing strategies, such as cashback programs. On the other hand, the purchase of K-pop merchandise—which typically originates from abroad—is also influenced by consumer perceptions regarding taxes and product prices. Therefore, this study was conducted to examine the relationships between these variables and their impact on consumer purchase decisions. A quantitative approach was employed using a survey method, with questionnaires distributed to 83 respondents who are K-pop merchandise consumers in Surabaya. Purposive sampling was used as the sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression, path analysis, and the Sobel test to assess the mediating effect. Data processing was performed using IBM SPSS Statistics software. The results indicated that cashback has a positive and significant effect on purchase decisions, and tax perception has a positive and significant effect on purchase decisions. Cashback does not have a significant effect on price, whereas tax perception has a positive and significant effect on price; moreover, price has a positive and significant effect on purchase decisions. Meanwhile, the mediation analysis revealed that price does not mediate the influence of cashback on purchase decisions nor the influence of tax perception on purchase decisions, as evidenced by Sobel test results showing significance values of 0.261 and 0.088, respectively ($p > 0.05$).

Keywords: *Cashback, Tax Perception, Price, Purchase Decision, K-pop Merchandise.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, pemikiran dan ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Cashback* Dan Persepsi Pajak Terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* K-Pop Di Surabaya Dengan Harga Sebagai Variabel Mediasi.” ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat untuk mencapai gelar Program Studi Strata-1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, dalam penyusunan pelaporan ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih terdapat kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik. Maka sudah sepantasnya penulis dengan segala hormat mengucapkan terimakasih dan mendoakan semoga senantiasa diberikan jalan yang terbaik kepada:

1. Allah SWT yang utama dari segalanya. Sujud syukur kepada Allah SWT atas taburan cinta dan kasih sayang-Mu yang telah memberikan kekuatan, ketakwaan, dan membekali dengan ilmu. Sujud syukur kepada Allah SWT atas karunia dan kemudahan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

2. Bapak Prof. Dr. Mundakir, S.Kep., Ns., M.Kep. selaku Rektor Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya
3. Bapak Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Halimatus Sa'diyah, S.E., M.Ak., Ak., CPFRA. Selaku Ketua Program studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Surabaya.
5. Rieska Maharani, SE., M.M., Ak., CPFRA. Selaku Pembimbing I yang telah memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Adhar Putra Setiawan, S.E., M.Ak., CPFRA. Selaku Pembimbing II yang telah juga memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Kedua orang tua, bapak Subiyono, Ibu Samik dan kakak tercinta Mas Alkaillah yang telah memberikan motivasi, dukungan serta bantuan materi sehingga penulis dapat termotivasi untuk segera menyelesaikan penelitiannya.
8. Teman teman *discord* dan teman teman *Roblox* (Tulip, Brilly, Sull, Peachy, dan Ose) yang membagi keceriaan serta cerita lucu saat bermain bersama di game online tersebut. Teman teman Josjis (Jia, dan Rara) yang membantu Penulis selama penyusunan Skripsi, teman teman ambekan club (Melva, Echak, Andin, Diana, Nia, Wulan, Alifiyah, Angel, Ifah) yang senantiasa mendengarkan keluh kesah Penulis saat

penyusunan Skripsi.

9. Kepada seluruh *Outlet Coffeshop* di Surabaya yang telah setia menemani setiap langkah penulis dari awal hingga skripsi ini selesai. Terimakasih sudah menjadi bagian kecil dari perjalanan yang akhirnya sampai di titik ini.
10. Kepada eaj (Jae) dan Kpop Group DAY6 (Sungjin, Young K, Wonpil, Dowoon,) serta EXO (Sehun, Suho, D.O, KAI, Chanyeol, Xiumin, Baekhyun, Chen, Lay) terutama Sungjin Day6, yang kehadirannya memberikan warna dan semangat dalam perjalanan hidup penulis. Selama proses penyusunan panjang skripsi, lagu-lagu serta setiap karya yang diciptakan menjadi ruang pulang tempat penulis menenangkan diri, menguatkan hati, dan kembali percaya bahwa setiap usaha akan menemukan jalannya.
11. Sahabat sahabat terbaik penulis yang selama ini memberikan motivasi dan semangat, Aulia (Gege), Adiva, Rachel (Mio), Maharani, Lidia Buntari dan Yuana. Yang selalu memberikan dukungan, motivasi perhatian, serta menjadi tempat berbagi cerita, dan kebahagiaan dalam berbagai situasi selama masa perkuliahan maupun penyusunan Skripsi.
12. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Jihan Qurratul ‘Aini Fatihah yang telah berjuang dan bertahan hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena tidak menyerah dalam menghadapi berbagai tantangan, terus belajar, memperbaiki diri, serta tetap berusaha memberikan yang terbaik di setiap prosesnya. Semoga

pencapaian ini menjadi langkah awal untuk terus berkembang, meraih cita-cita, dan memberikan manfaat bagi banyak orang di masa mendatang.

Semoga amal lebaikan dan semua mendapatkan imbalan yang luar biasa dari Allah SWT, dan semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Landasan Teori	15
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Berpikir dan Model Analisis	31
D. Hipotesis ¹⁴	32
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan Penelitian	49
B. Definisi Operasional Variabel	50
C. Populasi dan Teknik Sampling	55
D. Objek dan Waktu Penelitian	56
E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	57
F. Teknik Analisa Data	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	70

B.	Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	76
C.	Pembahasan	114
BAB V	PENUTUP	130
A.	Kesimpulan.....	130
B.	Saran	132
DAFTAR PUSTAKA		135
LAMPIRAN		141

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Hal
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Devinisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan pembelian merchindase K-Pop di Groub Order (GO).....	76
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4. 3 Karakter responden berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan Status	78
Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran bulanan untuk membeli merchandise K-pop	78
Tabel 4. 6 Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian merchandise K-pop dalam satu bulan	79
Tabel 4. 7 Karakteristik responden berdasarkan merchandise K-pop yang paling sering dibeli.....	79
Tabel 4. 8 Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi K-popers	80
Tabel 4. 9 Distribusi Variabel Cashback.....	81
Tabel 4. 10 Distribusi Variabel Persepsi Pajak.....	82
Tabel 4. 11 Deskripsi variable Keputusan Pembelian	83
Tabel 4. 12 Deskripsi variable Keputusan Pembelian	84
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas.....	86
Tabel 4. 14 Hasil Reliabilitas	88
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normlitas Persamaan 1	89
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas Persamaan 2	90
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1	92
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 2	93
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 1.....	96
Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 2.....	98
Tabel 4. 21 Hasil Uji T Persamaan 1	100
Tabel 4. 22 Hasil Uji T Persamaan 2	100
Tabel 4. 23 Hasil Uji F Persamaan 1.....	105
Tabel 4. 24 Hasil Uji F Persamaan 2.....	106
Tabel 4. 25 Hasil R^2 Persamaan 1.....	107
Tabel 4. 26 Hasil R^2 Persamaan 2.....	108
Tabel 4. 27 Hasil Uji Sobel.....	112
Tabel 4. 28 Hasil Uji Hipotesis Variabel Langsung	113
Tabel 4. 29 Hasil Uji Variabel Tidak Langsung	114

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Hal
Gambar 1. 1 Negara dengan Jumlah Fans K-pop Terbanyak	1
Gambar 1. 2 Wonpil 1 st Mini Album Unfiltered	2
Gambar 1. 3 <i>LightBand Official</i> Grub Band DAY6	2
Gambar 1. 4 <i>Photocard</i> Grub Band DAY6.....	3
Gambar 1. 5 Boneka Karakter Denimalz DAY6	3
Gambar 1. 6 <i>Merch</i> Konser The Decade DAY6.....	3
Gambar 1. 7 <i>Season's Greetings</i> 25 DAY6	3
Gambar 4. 1 Nobar Konser Day6.....	72
Gambar 4. 2 Café Date.....	73
Gambar 4. 3 Fan Project.....	74
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1 Menggunakan Metode <i>scatterplot</i>	94
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2 Menggunakan Metode <i>scatterplot</i>	94
Gambar 4. 6 Hasil Uji Path Analysis	110

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Hal
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	141
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	145
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	153
Lampiran 4 Surat Keputusan Dosen Pembimbing.....	165
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi.....	166
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Proposal Skripsi.....	167
Lampiran 7 Kartu Mengikuti Sempro.....	168
Lampiran 8 Surat Keterangan Bukti Plagiarisme.....	169
Lampiran 9 Surat Pusat Bahasa <i>Endorsement Letter</i>	170
Lampiran 10 Persetujuan Perbaikan Ujian Skripsi.....	171