

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN MINUMAN KOPI DI JOKOPI SURABAYA

Qurrotun Ayun¹, I Made Suparta²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
qurrotunayunn14@gmail.com¹, madesuparta@untag-sby-a.id²

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, prices of other goods and consumer income on the demand for coffee drinks at Jokopi Surabaya. Types and sources of data using a quantitative approach with primary and secondary data. This study uses 100 samples. The research variable consists of the dependent variable, namely the demand for Jokopi coffee drinks. The independent variables are price, prices of other goods and consumer income. The data analysis tool uses multiple linear regression methods. Based on the results of multiple linear regression analysis, the result is $Y = 2.04 + 0.17X_1 + 0.43X_2 + 0.22 X_3 + e$. The T-count for the price of coffee drinks in Jokopi is 1.454, the price of other goods (subtitut) is 4.371, and consumer income is 2.703. Meanwhile, for simultaneous testing, the F-count value was $26.432 > F\text{-table } 2.696$. Thus H_a and H_1 are accepted. The conclusion of this study shows that prices, prices of other goods and consumer income affect the demand for coffee drinks in Jokopi Surabaya.

Keywords: Demand for Coffee Drinks, Prices of Coffee Drinks in Jokopi, Prices of Coffee Drinks in Belikopi, Consumer Income

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, harga barang lain dan pendapatan konsumen terhadap permintaan minuman kopi di Jokopi Surabaya. Jenis dan sumber data menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan 100 sampel. Variabel penelitian terdiri dari variabel dependen yaitu permintaan minuman kopi Jokopi. Variabel independen yaitu harga, harga barang lain dan pendapatan konsumen. Alat analisis data menggunakan metode regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh hasil $Y = 2.04 + 0,17X_1 + 0,43X_2 + 0,22 X_3 + e$. Diperoleh T-hitung harga minuman kopi di Jokopi sebesar 1,454, harga barang lain (*subtitut*) sebesar 4,371, dan pendapatan konsumen sebesar 2,703. Sedangkan untuk pengujian secara simultan diperoleh nilai F-hitung $26,432 > F\text{-tabel } 2,696$. Dengan demikian H_a dan H_1 diterima. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa harga, harga barang lain dan pendapatan konsumen berpengaruh terhadap permintaan minuman kopi di Jokopi Surabaya.

Kata kunci: Permintaan Minuman kopi, Harga Minuman Kopi di Jokopi, Harga Minuman Kopi di Belikopi, Pendapatan Konsumen

PENDAHULUAN

Di Indonesia salah satu komoditas andalan dalam subsektor perkebunan yaitu kopi karena memiliki peluang pasar yang unggul baik dalam negeri maupun luar negeri. Kopi juga memiliki peran yang penting sebagai penghasil devisa negara, penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan petani maupun pelaku ekonomi yang terlibat dalam pengolahan pemasaran. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), kopi yang diproduksi Indonesia jumlahnya mencapai 774,60 ribu ton atau 11,95 juta karung pada 2020. Provinsi di Indonesia yang juga penyumbang produksi kopi terbesar yakni Sumatera Selatan, dimana daerah itu menghasilkan 201,40 ribu ton sepanjang 2021 (CNN Indonesia, 2022). Menurut Manalu et al. (2020), dari keempat negara eksportir utama tersebut menghasilkan 2 jenis kopi di dunia yaitu Robusta dan Arabika. Indonesia dan Vietnam merupakan negara yang dominan memproduksi kopi Robusta (produsen kopi Robusta) sementara Brazil dan Colombia merupakan negara produsen kopi Arabika.

Di era globalisasi seperti saat ini masyarakat dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan berbagai hal, khususnya pelaku usaha. Pelaku usaha tersebut harus bisa bersaing dengan kompetitor lain dalam menghadapi kondisi dunia bisnis serta menerima berbagai tantangan. Banyak peluang usaha yang berkaitan dengan produksi serta konsumsi kopi di Indonesia salah satunya adalah membuka kedai kopi (*coffee shop*). Usaha *coffee shop* menjadi salah satu peluang bisnis yang memiliki daya tarik tersendiri dan sangat menggiurkan. Menurut riset yang dilakukan oleh Toffin Indonesia, jumlah *coffee shop* yang ada di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan yaitu meningkat 3 kali lipat dari tahun 2016 ke tahun 2019 dan diprediksi terus akan bertambah (Soelaiman & Winata, 2022).

Surabaya merupakan salah satu kota yang memiliki perkembangan *coffee shop* yang sangat pesat. Salah satu *coffee shop* yang terkenal di Surabaya yaitu Jokopi yang berdiri sejak tahun 2017 dan sekarang sudah memiliki 5 cabang di area Surabaya, yaitu di Ketabang Kali, Untung Suropati, Dinoyo, Merr dan G-Walk. Jokopi menjadi salah satu tempat favorit di kalangan masyarakat, khususnya masyarakat usia produktif untuk sekedar bersantai mengobrol atau nongkrong bahkan dimanfaatkan untuk berkumpul mengerjakan tugas. Jokopi bergerak dibidang *food and beverage* yang berbasis pada usaha minuman kemasan kopi dan non-kopi. Salah satu menu kopi yang menjadi *icon* yaitu kopi blusukannya. Blusukan yang kedua bermakna merupakan suatu branding atas “JOKOPI” tersebut, terinspirasi dari Presiden Jokowi yang sering turun menuju lapangan dan melaksanakan aksi blusukan. Maka “JOKOPI”

pun membranding dirinya merupakan kopi blusukan yang bisa memperkenalkan aneka ragam kopi melalui gaya blusukan, mulai dari *event* ke *event* (Pandhu et al., 2022).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rusdi & Suparta (2016), mereka memperoleh kesimpulan bahwa variabel harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap permintaan, Variabel harga daging ayam (harga barang lain) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap permintaan daging sapi di Kota Surabaya. Selanjutnya, pada penelitian Yuni et al. (2020) memperoleh kesimpulan variabel pendapatan, jumlah anggota keluarga, selera, pendapatan, berpengaruh nyata terhadap permintaan kopi robusta.

Perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu harga, harga pesaing (harga barang lain), pendapatan konsumen untuk mengetahui apakah variabel tersebut dapat mempengaruhi sebuah permintaan.

KAJIAN PUSTAKA

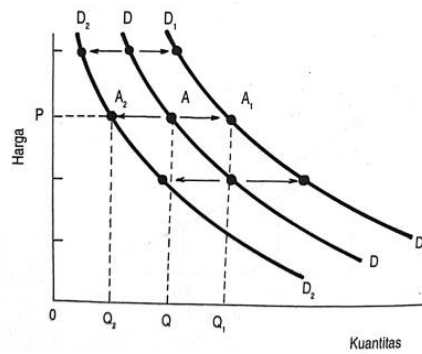
Teori Permintaan

Teori permintaan merupakan teori yang menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Teori permintaan juga dapat diartikan sebagai suatu komoditas yang dihasilkan produsen karena dibutuhkan oleh konsumen yang mau dan bersedia untuk membelinya. Lalu konsumen kemudian akan membeli komoditas tersebut jika harganya sesuai. Permintaan dapat dikatakan juga sebagai keinginan (*desire*) untuk mendapatkan barang dan jasa yang diikuti oleh kemampuan beli (*purchasing power*). Kemampuan beli seseorang erat kaitannya dengan tingkat pendapatan dan juga harga barang. Harga dan pendapatan (jumlah uang) akan mempengaruhi kemampuan beli dan keinginan untuk mendapatkan barang terealisasi (Rusdi & Suparta, 2016).

Pergeseran Kurva Permintaan

Menurut Sukirno (2013), kurva permintaan akan bergerak ke kanan atau ke kiri, yaitu seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 2, apabila terdapat perubahan permintaan yang ditimbulkan oleh faktor bukan harga. Sekiranya harga barang lain, pendapatan para pembeli dan berbagai faktor bukan harga lainnya mengalami perubahan, maka perubahan ini akan menyebabkan kurva permintaan pindah ke kanan atau ke kiri.

Pergeseran Kurva Permintaan



Sumber: (Sukirno, 2013)

Gambar 2
Pergeseran Kurva Permintaan

Dimisalkan bahwa pendapatan para pembeli mengalami kenaikan. Apabila faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan, kenaikan pendapatan ini akan menaikkan permintaan, yaitu pada setiap tingkat harga jumlah yang diminta menjadi bertambah banyak. Keadaan seperti ini digambarkan oleh perpindahan kurva permintaan dan seperti pada contoh Gambar 2 perubahan itu adalah dari kurva DD menjadi D_1 D_1 .

Titik A menggambarkan bahwa pada harga P, jumlah yang diminta adalah Q sedangkan titik A_1 menggambarkan bahwa pada harga P jumlah yang diminta adalah Q_1 . Dapat dilihat bahwa $Q_1 > Q$ dan berarti kenaikan pendapatan menyebabkan pada harga P permintaan bertambah sebesar QQ_1 . Contoh ini menunjukkan bahwa apabila kurva permintaan bergerak ke sebelah kanan, maka perpindahan itu menunjukkan pertambahan dalam permintaan. Sebaliknya pergeseran kurva permintaan ke sebelah kiri, misalnya menjadi D_2 D_2 , berarti bahwa permintaan telah berkurang. Sebagai akibat dari perubahan ini pada harga P, jumlah barang yang diminta adalah Q_2 . Keadaan ini ditunjukkan oleh titik A_2 .

Permintaan Individual dan Permintaan Pasar

Menurut Amaliawati & Murni (2019), permintaan terhadap barang dan jasa dapat berupa permintaan individu dan berupa permintaan keseluruhan pembeli yang ada di pasar. Permintaan individual (*individual demand*) adalah permintaan secara perseorangan terhadap sesuatu barang pada berbagai tingkat harga. Sedangkan permintaan pasar (*market demand*) adalah penjumlahan dari keseluruhan permintaan individu yang ada di pasar pada berbagai tingkat harga.

Bentuk kurva *Individual Demand* tidak selalu menurun dari kiri ke atas kanan bawah, tetapi ada yang naik dari bawah ke kanan atas. Hal ini disebabkan adanya kasus-kasus seperti:

1. Bersifat inferior
2. Bersifat spekulasi
3. Bersifat prestise

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Menurut Sukirno (2013), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain adalah:

a. Harga Barang Itu Sendiri

Kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga.

b. Harga Barang Lain

Hubungan antara suatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu:

- Barang pengganti
- Barang pelengkap
- Barang Netral

c. Pendapatan Para Pembeli

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang.

d. Distribusi Pendapatan

Distribusi pendapatan juga dapat mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Sejumlah pendapatan masyarakat yang tertentu besarnya akan menimbulkan corak permintaan masyarakat yang berbeda apabila pendapatan tersebut diubah corak distribusinya.

e. Cita Rasa Masyarakat

Cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang.

f. Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi biasanya pertambahan penduduk di ikuti oleh perkembangan dalam kesempatan

kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli masyarakat. Pertambahan daya beli ini akan menambah permintaan.

g. Ekspetasi Tentang Masa Depan

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan para konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi pada masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa kini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang.

Fungsi dan Hukum Permintaan

Fungsi permintaan (*demand function*) adalah fungsi yang memperlihatkan keterkaitan antara variabel jumlah permintaan dengan variabel-variabel atau faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap sesuatu barang antara lain (Sukirno, 2013):

1. Harga barang itu sendiri (X1)
2. Harga barang Lain (X2)
3. Pendapatan para pembeli (X3)
4. Distribusi pendapatan (X4)
5. Cita rasa masyarakat (X5)
6. Jumlah penduduk (X6)
7. Ekspektasi tentang masa depan (X7)

Dengan demikian fungsi permintaan dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$QD = f (X1, X2, X3, X4, X5, X6 \text{ dan } X7)$$

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu referensi bagi penulis menambah wawasan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rusdi & Suparta (2016), yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi di Surabaya”. Hasil penelitian variabel harga daging sapi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap permintaan daging sapi di Surabaya dan variabel harga daging ayam (harga barang lain) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap permintaan daging sapi di Surabaya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Yuni et al. (2020), yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kopi Robusta Gayo (*Coffea Canephora*) Studi Kasus: Pasar Inpres Kecamatan Bebesen, Kab. Aceh tengah”. Hasil penelitian variabel pendapatan ternyata berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kopi Robusta.
3. Penelitian yang dilakukan Zulhazmi & Wiwoho (2021), yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Daging Ayam Broiler Oleh Rumah tangga di Kelurahan Semolowaru (Studi Kasus Pasar Semolowaru)”. Hasil penelitian variabel harga daging ayam broiler, harga daging ayam kampung berpengaruh signifikan terhadap permintaan daging ayam broiler dan variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan daging ayam broiler.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif, yaitu penelitian untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab-akibat antara faktor tertentu yang mungkin menjadi gejala dari gejala yang diteliti (Rahmadi, 2011). Secara umum, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor harga, harga pesaing (*substitut*), dan pendapatan konsumen terhadap permintaan *coffee shop* Jokopi Surabaya.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini berlokasi di *coffee shop* Jokopi Surabaya. Waktu penelitian dimulai pada bulan Maret-Juni 2023.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif, yaitu data berupa statistik yang dalam penelitian ini berupa data dari Jokopi Surabaya. Sumber data dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang didapatkan dari hasil pengamatan di Jokopi Surabaya dan wawancara kepada konsumen atau responden. Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui buku dan jurnal-jurnal artikel.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah semua individu atau unit-unit yang menjadi target penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Jokopi Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Sampling Purposif (*Purposive Sampling*), yaitu pengambilan sampel

berdasarkan keperluan penelitian. Artinya setiap unit/individu yang diambil dari populasi dipilih dengan sengaja berdasarkan pertimbangan/kriteria tertentu. Jumlah sampel sebanyak 96,04 atau 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan serangkaian proses dalam mencari atau mengumpulkan data-data yang nantinya akan dipergunakan sebagai sumber informasi dalam sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi beberapa metode yaitu: Observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

Metode Analisis Data

Adapun fungsi yang dipergunakan adalah fungsi permintaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y: Permintaan minuman kopi di Jokopi Surabaya

a: Konstanta

b₁: Koefisien harga minuman kopi di Jokopi

b₂: Koefisien harga minuman pesaing kopi (Belikopi)

b₃: Koefisien pendapatan konsumen

x₁: Harga minuman kopi di Jokopi

x₂: Harga minuman pesaing kopi (Belikopi)

x₃: Pendapatan konsumen

e: Variabel pengganggu

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Insrumen penelitian yang dipergunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Penulis mengambil langkah untuk melakukan uji validitas untuk mengetahui seberapa besar kevalidan dari alat ukur yang digunakan dengan menggunakan analisis validitas metode *bivariate correlation product moment* yang dibantu *software* SPSS 22 dengan nilai signifikansi 5% ataupun 0,05. Bila r-itung > r-tabel, maka dinyatakan valid dan sebaliknya.

Tabel 1
Uji Validitas Variabel X₁

		Correlations			
		P 1	P 2	P 3	Total
P_1	Pearson Correlation	1	.214*	.374**	.714**
	Sig. (2-tailed)		.033	.000	.000
	N	100	100	100	100
P_2	Pearson Correlation	.214*	1	.576**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.033		.000	.000
	N	100	100	100	100
P_3	Pearson Correlation	.374**	.576**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.714**	.767**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan uji korelasi pada Tabel 1 didapat bahwa tingkat signifikansinya untuk pertanyaan 1, 2, dan 3 terhadap total sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hubungan antara pertanyaan 1, 2 dan 3 terhadap total bersifat signifikan.

Tabel 2
Uji Validitas Variabel X₂

		Correlations			
		P 1	P 2	P 3	Total
P_1	Pearson Correlation	1	.355**	.266**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.000
	N	100	100	100	100
P_2	Pearson Correlation	.355**	1	.262**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.000
	N	100	100	100	100
P_3	Pearson Correlation	.266**	.262**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.007	.009		.000
	N	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.751**	.748**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan uji korelasi pada Tabel 2 didapat bahwa tingkat signifikansinya untuk pertanyaan 1, 2, dan 3 terhadap total sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hubungan antara pertanyaan 1, 2 dan 3 terhadap total bersifat signifikan.

Tabel 3
Uji Validitas Variabel X₃

		Correlations			
		P_1	P_2	P_3	Total
P_1	Pearson Correlation	1	.632**	.441**	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
P_2	Pearson Correlation	.632**	1	.681**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
P_3	Pearson Correlation	.441**	.681**	1	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.798**	.908**	.844**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan uji korelasi pada Tabel 3 didapat bahwa tingkat signifikansinya untuk pertanyaan 1, 2, dan 3 terhadap total sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hubungan antara pertanyaan 1, 2 dan 3 terhadap total bersifat signifikan.

Tabel 4
Uji Validitas Variabel Y

		Correlations			
		P_1	P_2	P_3	Total
P_1	Pearson Correlation	1	.244*	.340**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.015	.001	.000
	N	100	100	100	100
P_2	Pearson Correlation	.244*	1	.370**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.015		.000	.000
	N	100	100	100	100
P_3	Pearson Correlation	.340**	.370**	1	.790**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000

N		100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.707**	.717**	.790**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N		100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan uji korelasi pada Tabel 4 didapat bahwa tingkat signifikansinya untuk pertanyaan 1, 2, dan 3 terhadap total sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hubungan antara pertanyaan 1, 2 dan 3 terhadap total bersifat signifikan.

Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, sebuah alat ukur harus memenuhi uji reliabilitas sehingga alat ukur tersebut bisa dinyatakan reliabel atau akurat. Adapun penulis menggunakan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* yang dibantu *software* SPSS 22. Berikut hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 5
Uji Reliabilitas X₁

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.824	4

Dari data uji reliabilitas Tabel 5 diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,824 yang lebih besar dari 0,60, jawaban responden bersifat reliabel.

Tabel 6
Uji Reliabilitas X₂

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	4

Dari data uji reliabilitas Tabel 6 diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,777 yang lebih besar dari 0,60, jawaban responden bersifat reliabel.

Tabel 7
Uji Reliabilitas X₃

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,837	4

Dari data uji reliabilitas Tabel 7 diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,837 yang lebih besar dari 0,60, jawaban responden bersifat reliabel.

Tabel 8
Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,788	4

Dari data uji reliabilitas Tabel 8 diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,788 yang lebih besar dari 0,60, jawaban responden bersifat reliabel.

Analisis Regresi Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara tiga variabel yang terdiri dari harga, harga barang lain, pendapatan konsumen terhadap permintaan minuman kopi di Jokopi Surabaya.

Tabel 9
Analisis Regresi Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.044343	1.007482	2.029161	0.0452
X1	0.173042	0.119001	1.454114	0.1492
X2	0.438651	0.100342	4.371544	0.0000
X3	0.222654	0.082373	2.703005	0.0081

$$Y = 2.04 + 0.17X_1 + 0.43X_2 + 0.22X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta permintaan (Y) memiliki nilai positif sebesar 2.04. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi X₁, X₂, X₃ yaitu harga,

harga barang lain dan pendapatan konsumen bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka permintaan adalah sebesar 2,04.

- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga minuman kopi di Jokopi Surabaya (X_1) memiliki nilai positif sebesar 0,17. Hal ini menunjukkan jika harga mengalami kenaikan 1% maka permintaan akan naik sebesar 0,17 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga minuman kopi di Belikopi (*substitut*) (X_2) memiliki nilai positif sebesar 0,43. Hal ini menunjukkan jika harga barang lain mengalami kenaikan 1% maka permintaan akan naik sebesar 0,43 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- d. Nilai koefisien regresi untuk variabel pendapatan konsumen (X_3) memiliki nilai positif sebesar 0,22. Hal ini menunjukkan jika pendapatan konsumen mengalami kenaikan 1% maka permintaan akan naik sebesar 0,22 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali & Ratmono, 2013).

Tabel 10
Koefisien Determinasi

R-squared	0.452359	Mean dependent var	10.47000
Adjusted R-squared	0.435246	S.D. dependent var	2.285019
S.E. of regression	1.717195	Akaike info criterion	3.958440
Sum squared resid	283.0809	Schwarz criterion	4.062646
Log likelihood	-193.9220	Hannan-Quinn criter.	4.000614
F-statistic	26.43249	Durbin-Watson stat	1.767522
Prob(F-statistic)	0.000000		

Dari hasil perhitungan diperoleh koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0,4352. Hal ini artinya 43,52% variabel permintaan dipengaruhi oleh harga, harga barang lain, dan pendapatan konsumen. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 56,48% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini.

Uji-F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen (harga, harga barang lain, pendapatan konsumen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (permintaan).

Tabel 11
Uji Simultan (Uji-F)

R-squared	0.452359	Mean dependent var	10.47000
Adjusted R-squared	0.435246	S.D. dependent var	2.285019
S.E. of regression	1.717195	Akaike info criterion	3.958440
Sum squared resid	283.0809	Schwarz criterion	4.062646
Log likelihood	-193.9220	Hannan-Quinn criter.	4.000614
F-statistic	26.43249	Durbin-Watson stat	1.767522
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan Tabel 11 dapat disimpulkan bahwa:

a) $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$

Hasil perhitungan statistik memperlihatkan nilai $F\text{-hitung} = 26.432$, yang artinya $F\text{-hitung}$ lebih besar dari $F\text{-tabel} 2,696$ atau $(26.432 > 2,696)$.

b) Signifikansi $< 0,05$

Signifikansi $0,000000$. Nilai signifikansi itu lebih kecil dari $0,05$ ($0,000000 < 0,05$).

c) Hasil uji hipotesis variabel harga, harga barang lain dan pendapatan konsumen dalam penelitian ini memiliki arti bahwa H_a diterima. Dengan demikian H_a memiliki pengaruh terhadap permintaan.

d) Dengan demikian hipotesis H_1 diterima, yang menyatakan bahwa harga minuman kopi di Jokopi Surabaya, harga minuman kopi di Belikopi Surabaya (*substitut*), dan pendapatan konsumen disamakan dengan bunyi hipotesis 1 (H_1)

Uji-T (Uji Parsial)

Uji statistik T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen secara parsial yang dimana variabel dependen terdiri dari variabel harga minuman kopi di Jokopi Surabaya, harga minuman kopi di Belikopi Surabaya (*substitut*), pendapatan konsumen dan variabel independen yaitu permintaan.

Tabel 12
Uji Parsial (Uji-T)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.044343	1.007482	2.029161	0.0452
X1	0.173042	0.119001	1.454114	0.1492
X2	0.438651	0.100342	4.371544	0.0000
X3	0.222654	0.082373	2.703005	0.0081

Berdasarkan Tabel 12 dapat disimpulkan bahwa:

- a. Hasil uji hipotesis harga menunjukkan nilai T-hitung $1,454 < T\text{-tabel } 1,984$ dengan signifikansi $0,149$ lebih besar dari $0,05$ yang artinya H2 dalam penelitian ini ditolak. Dengan hal ini mengartikan H2 harga minuman kopi di Jokopi Surabaya tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan.
- b. Hasil uji hipotesis harga barang lain menunjukkan bahwa T-hitung $4,371 > T\text{-tabel } 1,984$ dengan signifikansi $0,000$ lebih kecil dari $0,05$ yang artinya H3 dalam penelitian ini diterima. Dengan itu hal ini mengartikan H3 berpengaruh signifikan terhadap permintaan. Belikopi sebagai barang substitusi dari Jokopi.
- c. Hasil uji hipotesis variabel pendapatan konsumen menunjukkan bahwa T-hitung $2,703 > T\text{-tabel } 1,984$ dengan signifikansi $0,008$ lebih kecil dari $0,05$ yang artinya H4 dalam penelitian ini diterima. Dengan itu hal ini mengartikan berpengaruh signifikan terhadap permintaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

- 1) Variabel harga minuman kopi di Jokopi Surabaya, harga minuman kopi di Belikopi (*substitut*) dan pendapatan konsumen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel permintaan minuman kopi di Jokopi Surabaya.
- 2) Variabel harga minuman kopi di Jokopi Surabaya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap permintaan minuman kopi di Jokopi Surabaya.
- 3) Variabel harga minuman kopi di Belikopi (*substitut*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan minuman kopi di Jokopi Surabaya.
- 4) Variabel pendapatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan minuman kopi di Jokopi Surabaya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dan hasil penelitian yang dilakukan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dan diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan untuk kedepannya, yaitu:

1. Bagi Pihak Usaha

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variable harga minuman kopi di Belikopi (*subtitut*) sangat berpengaruh untuk meningkatkan permintaan minuman kopi di Jokopi Surabaya. Oleh karena itu Jokopi harus tetap menjaga dan terus meningkatkan kualitas minuman kopi Jokopi Surabaya.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mengembangkan penelitian yang telah saya buat ini dengan melihat faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi permintaan minuman kopi di Jokopi Surabaya karena ada beberapa faktor lain yang kurang memengaruhi permintaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliawiati, L., & Murni, A. (2019). *Ekonomika Mikro Edisi Revisi III*.
- CNN Indonesia. (2022, October 1). *5 Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia*.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2013). *Analisis Multivart dan Ekonometrika*.
- Manalu, D. S. T., Harianto, H., Suharno, S., & Hartoyo, S. (2020). Permintaan Kopi Biji Indonesia di Pasar Internasional. *AGRIEKONOMIKA*, 9(1), 114–126.
- Pandhu, O. :, Wicaksono, P., & Febriana, P. (2022). *Pemanfaatan New Media Dalam Bisnis Coffee Shop “Jo Kopi” Di Surabaya”*.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian Antasari Press Banjarmasin 2011*.
- Rusdi, M. D., & Suparta, Made. (2016). *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Di Kota Surabaya*.
- Soelaiman, L., & Winata, C. L. (2022). *Penyusunan Rencana Bisnis Sebagai Langkah Pengembangan Usaha Coffee Shop*.
- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi Tori Pengantar*.
- Yuni, Z., Mardiana, S., & Musika, M. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kopi Robusta Gayo (Coffea Canephora). Studi Kasus: Pasar Inpres Kecamatan Bebesen, Kab. Aceh Tengah Analysis The Factors Affecting Demand Of Gayo Robusta Coffee (Coffea Canephora). Case Study: Bebesen District Presidential Market, Central Aceh Regency*. 2(2).
- Zulhazmi, M. F., & Wiwoho, B. (2021). Aalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Daging Ayam Broiler Oleh Rumah Tangga Di Kelurahan Semolowaru (Studi Kasus Pasar Semolowaru). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 6(2), 137–150.