

# Jurnal Fauzi New

*by Qi Turnitin*

---

**Submission date:** 15-Jul-2023 05:27PM (UTC+0800)

**Submission ID:** 2131404714

**File name:** Jurnal\_Fauzi\_New.pdf (260.84K)

**Word count:** 4330

**Character count:** 26157

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN AIR MINUM ISI ULANG MEREK BIRU DI KELURAHAN MOROKREMBANGAN KOTA SURABAYA

Mochammad Fauzi<sup>1</sup>, Erwin Dyah Astawinetu<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[mochammadfauzi728@gmail.com](mailto:mochammadfauzi728@gmail.com) , [erwin@untag-sby.ac.id](mailto:erwin@untag-sby.ac.id)

### Abstract

*This study aims to determine the effect of price, household income and the number of household members on the demand for refill drinking water brand "Biru". The population in this study are households that consume refill drinking water brand "Biru" with a sample size of 40 people selected using incidental sampling techniques. This type of research is causal associative research using a quantitative approach. The analysis method used in this research is quantitative method with multiple linear regression analysis. The results showed that the price with a value of  $t_{count} > t_{table}$ , which is  $3.820 > 2.028$  with a significance of  $0,01 < 0,05$  and the number of household members with a value of  $t_{count} > t_{table}$ , which is  $4.365 > 2.028$  with a significance of  $0,00 < 0,05$  has a significant positive influence on the demand for refill drinking water brand "Biru". Meanwhile, income with a value of  $t_{count} > t_{table}$ , which is  $-0.803 < 2.028$  with a significance of  $0,420 > 0,05$  does not have a significant influence on the demand for refill drinking water brand "Biru". Based on the coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.450 which means that the coefficient of determination is 45%, it can be concluded that the variable price ( $X_1$ ), household income ( $X_2$ ), and the number of household members ( $X_3$ ) together (simultaneously) affect the demand for refill drinking water brand "Biru" (Y) by 45%. While the rest is about 55% influenced by the demand for refill drinking water brand "Biru" (Y) by 45%. While the rest is about 55% influenced by other variables outside the regression equation or other variables that are not studied.*

**Keywords:** Price, Household Income, Number of Household Members, Demand for Refillable Drinking Water Brand "BIRU"

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan rumah tangga dan jumlah anggota rumah tangga terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru. Populasi pada penelitian ini adalah rumah tangga yang mengkonsumsi air minum isi ulang merek Biru dengan jumlah sampel sebanyak 40 orang yang dipilih dengan menggunakan teknik sampling insidental. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3.818 > 2.028$  dengan signifikansi  $0,01 < 0,05$  dan jumlah anggota rumah tangga dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,365 > 2,028$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$  memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru. Sedangkan, pendapatan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $-0,803 < 2,028$  dengan signifikansi  $0,420 > 0,05$  tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

permintaan air minum isi ulang merek Biru. Berdasarkan nilai koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0.450 yang berarti besarnya angka koefisiensi determinasi adalah 45%, dapat disimpulkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ), pendapatan rumah tangga ( $X_2$ ), dan jumlah anggota rumah tangga ( $X_3$ ) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru (Y) sebesar 45%. Sedangkan sisanya yaitu sekitar 55% dipengaruhi variabel lain diluar persamaan regresi atau variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci:** Harga, Pendapatan Rumah Tangga, Jumlah Anggota Rumah Tangga, Permintaan Air Minum Isi Ulang Merek Biru.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Air merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi setiap makhluk hidup, tidak terkecuali manusia. Dapat dipastikan manusia tidak akan mampu bertahan hidup tanpa air, karena air merupakan salah satu elemen dasar yang menunjang proses metabolisme tubuh manusia. Manusia mungkin dapat hidup beberapa hari tanpa makan, akan tetapi manusia tidak akan bertahan selama beberapa hari jika tidak minum karena sudah mutlak bahwa sebagian besar zat pembentuk tubuh manusia itu terdiri dari air.

Semakin banyak masyarakat suatu wilayah tentu semakin banyak pula kebutuhan air pada wilayah tersebut khususnya air minum. Dalam data Badan Pusat Statistik (BPS) tercatat jumlah penduduk di Kota Surabaya selalu mengalami peningkatan dalam tiga tahun selama periode 2018-2020. Pada tahun 2020 tercatat jumlah penduduk Kota Surabaya mencapai 2.904.751 jiwa. Pada tahun 2021, jumlah penduduk di Kelurahan Morokrembangan menjadi yang terbanyak di antara kelurahan lainnya di Kecamatan Krembangan. Tercatat jumlah penduduk Kelurahan Morokrembangan pada tahun 2021 mencapai 46.019 jiwa. Pentingnya air bagi kehidupan manusia serta didukung dengan jumlah masyarakat yang terus meningkat, maka tuntutan kebutuhan akan air juga akan semakin meningkat, khususnya dalam konsumsi akan kebutuhan air minum (Parimin et al., 2016).

Karena Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) harganya relatif mahal, beberapa kalangan masyarakat menjadikan air minum isi ulang sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka. Konsumsi air minum isi ulang lebih banyak dibandingkan air minum dalam kemasan, hal ini dapat terjadi karena air minum isi ulang memiliki harga yang relatif lebih murah jika dibandingkan dengan air minum dalam kemasan yang dijual dipasaran, perbedaan harganya mencapai setengah atau bahkan seperempat dari harga air minum dalam kemasan. Perbedaan harga yang jauh ini dikarenakan untuk membuka sebuah usaha DAMIU (Depot Air Minum Isi Ulang) tidak memerlukan biaya produksi seperti pengemasan dan pengiriman, selain itu tidak membutuhkan modal yang besar untuk membuka usaha tersebut. Konsumsi air isi ulang semakin hari semakin meningkat, sejalan dengan dinamika kebutuhan masyarakat terhadap air minum (Parimin et al., 2016).

Munculnya banyak usaha DAMIU (Depot Air Minum Isi Ulang) tak terkecuali merek BIRU, merupakan dampak dari tingginya permintaan air minum isi ulang. Adanya peningkatan akan tingginya permintaan air minum isi ulang, diduga dipengaruhi oleh beberapa hal termasuk pengeluaran untuk penggunaan air minum isi ulang masyarakat perbulannya, yang dipengaruhi

baik oleh harga, jumlah anggota rumah tangga dan pendapatan rumah tangga. Jika masyarakat merasakan adanya efisiensi pengeluaran dalam penggunaan air minum isi ulang perbulannya, maka diduga ada kecenderungan permintaan air minum isi ulang akan semakin meningkat.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang dapat diangkat dari penelitian ini adalah:

1. Apakah harga air minum isi ulang merek Biru, pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota rumah tangga berpengaruh secara simultan terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru di Kelurahan Morokrembangan Kota Surabaya?
2. Apakah harga air minum isi ulang merek Biru berpengaruh terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru di Kelurahan Morokrembangan Kota Surabaya?
3. Apakah pendapatan rumah tangga berpengaruh terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru di Kelurahan Morokrembangan Kota Surabaya?
4. Apakah jumlah anggota rumah tangga berpengaruh terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru di Kelurahan Morokrembangan Kota Surabaya?

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Teori Permintaan**

Permintaan merupakan sejumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan pada berbagai tingkat harga dan waktu tertentu (Sudarmanto et al., 2021: 12). Permintaan akan suatu barang atau jasa umumnya didorong oleh dua faktor yaitu seberapa besar manfaat dari barang tersebut dan kemampuan konsumen untuk membayar barang atau jasa tersebut, kedua aspek tersebut bersesuaian satu sama lain. Permintaan mengacu pada pergeseran kurva permintaan ke kanan atau ke kiri mengikuti perubahan preferensi konsumen seperti selera, pendapatan, dan lain-lain. Namun, terkadang konsumen membeli lebih banyak atau lebih sedikit barang atau jasa karena faktor selain harga. Misalnya, seorang konsumen yang menerima kenaikan pendapatan di tempat kerja akan memiliki lebih banyak pendapatan untuk dibelanjakan pada barang atau jasa yang dikehendaki, sehingga menyebabkan peningkatan permintaan pada barang atau jasa tertentu.

Dalam teori permintaan ada yang dikenal dengan hukum permintaan (*law of demand*). Hukum permintaan ini merupakan sebuah hukum dalam ekonomi yang menyatakan bahwa jika harga barang turun maka jumlah barang yang diminta akan bertambah, sebaliknya juga jika harga barang naik maka jumlah barang yang diminta berkurang dengan asumsi faktor lain yang memengaruhi dianggap tetap. Asumsi ini disebut *ceteris paribus* (Sudarmanto et al., 2021: 12). Hukum permintaan hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan semakin rendah harga suatu barang atau jasa maka semakin banyak permintaannya. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang atau jasa maka semakin sedikit permintaannya (Sukirno, 2013: 76).

Menurut Sukirno (2013: 76) secara umum faktor penentu permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, harga barang lain yang sejenis (memiliki kegunaan yang sama), pendapatan rata-rata masyarakat, cita rasa atau selera masyarakat, corak distribusi pendapatan masyarakat, jumlah penduduk dalam suatu wilayah

dan ramalan mengenai kondisi yang akan datang. Dalam ekonomi sangat sulit untuk menganalisis faktor-faktor tersebut secara bersamaan sekaligus, sehingga untuk memudahkan dalam analisis diperlukan suatu asumsi yang lazim digunakan dalam ekonomi yaitu asumsi *ceteris paribus*, yaitu faktor yang lain di luar yang dianalisis dianggap tidak berubah.

### **Harga**

Suatu barang yang mempunyai nilai akan mempunyai kemampuan untuk ditukarkan dengan barang lain secara bebas dan jika nilai barang tersebut diwujudkan dalam bentuk uang, maka nilai ini dinamakan harga. Jadi harga merupakan nilai dari suatu barang. Sehingga, harga dapat diartikan sebagai nilai tukar suatu barang yang dinyatakan dengan dalam bentuk uang (Goenadhi & Nobaiti, 2017: 25). Dalam arti sempit, harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu barang atau jasa. Dalam arti lebih luas, harga adalah jumlah dari semua nilai yang pelanggan serahkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Secara historis, harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli (Kotler et al., 2020: 303).

### **Pendapatan Rumah Tangga**

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2021) definisi pendapatan rumah tangga adalah penghasilan yang diperoleh oleh rumah tangga yang bersangkutan, baik yang diperoleh dari penghasilan kepala rumah tangga ataupun penghasilan dari anggota rumah tangga yang lain. Pendapatan rumah tangga dapat diperoleh dari:

- a) Imbalan dari faktor produksi tenaga kerja yang meliputi upah atau gaji, keuntungan, bonus, dan lain-lain.
- b) Imbalan modal yang termasuk bunga, bagi hasil, dan lain-lain.
- c) Pemberian pihak lain.

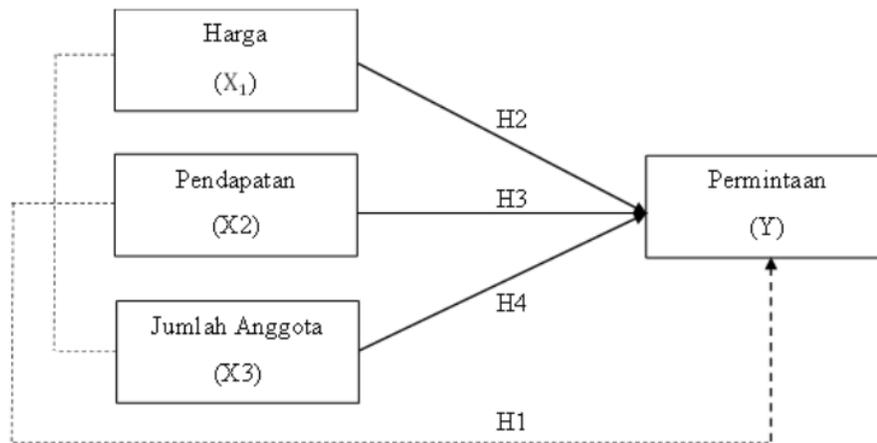
### **Jumlah Anggota Rumah Tangga**

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2021) rumah tangga adalah seseorang atau sekelompok orang yang tinggal bersama dalam sebagian atau seluruh bangunan fisik dan biasanya mengurus kebutuhan sehari-hari bersama menjadi satu. Dalam rumah tangga biasanya terdapat anggota diantaranya:

- a) Istri/Suami, yaitu pasangan dari kepala rumah tangga
- b) Anak, yaitu anak dari kepala rumah tangga (anak kandung, anak tiri, anak angkat)
- c) Orang Tua/Mertua, yaitu bapak/ibu dari kepala rumah tangga atau bapak/ibu dari pasangan kepala rumah tangga.

### **Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual menggambarkan sebuah hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya serta hasil-hasil penelitian terdahulu, maka variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian ini diuraikan dalam bentuk hubungan bagan adalah sebagai berikut:



**Gambar 1**  
**Kerangka Konseptual**

**Keterangan:**

- - - - - = Simultan
- = Parsial

**METODE PENELITIAN**

**Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 1 variabel dependen yaitu permintaan dan 3 variabel independen yaitu harga, pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota rumah tangga. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal yaitu penelitian yang bersifat untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013: 36).

**Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Surabaya, tepatnya di wilayah Kelurahan Morokrembangan. Obyek pada penelitian ini adalah rumah tangga yang tinggal di wilayah Kelurahan Morokrembangan. Pengambilan dan pengolahan data dari bulan April 2023 Sampai Mei 2023.

**Jenis dan Sumber Data**

Jenis data penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk numerik/angka yang sesuai dengan kriteria dan dapat dihitung secara langsung. Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung di lapangan (lokasi penelitian) oleh peneliti. Data primer dari penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada rumah tangga di Kelurahan Morokrembangan Kota Surabaya.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah rumah tangga yang mengkonsumsi air minum isi ulang (Merek Biru) di Kelurahan Morokrembangan, Kota Surabaya. Adapun jumlah populasi adalah tidak terhingga karena adanya keterbatasan yang tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mengetahui secara detail jumlah rumah tangga yang mengkonsumsi air minum isi ulang (Merek Biru) di Kelurahan Morokrembangan, Kota Surabaya. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui itu di pandang cocok dan memenuhi kriteria sebagai sumber data penelitian. Adapun sampel ditentukan dengan kriteria ukuran sampel menurut Roscoe dalam Sugiyono (2013: 91) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel (independen dan dependen), maka jumlah sampelnya yaitu 40 orang

### Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data kuantitatif dan analisis statistik regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS untuk menguji hipotesis. Regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Metode ini mengasumsikan adanya hubungan linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya (variabel independen). Hubungan ini biasanya dinyatakan dalam sebuah rumus (Janir, 2012: 13). Data yang diperoleh kemudian diolah dengan metode analisis regresi linear berganda. Model persamaan linear berganda untuk permintaan air minum isi ulang merek Biru dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$Y$	= Permintaan air minum isi ulang (galon/bulan)
$a$	= Konstanta
$b$	= Koefisien regresi
$X_1$	= Harga air minum isi ulang (Rp/galon)
$X_2$	= Pendapatan rumah tangga (Rp)
$X_3$	= Jumlah anggota rumah tangga (orang)
$e_i$	= Nilai kesalahan

### Teknik Pengujian Hipotesis

Berdasarkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, maka teknik pengujian hipotesis yang digunakan yaitu:

#### 1. Uji F (Simultan)

Uji F atau disebut uji simultan merupakan tahapan awal untuk mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Maksudnya, apakah model yang

diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan statistik F dengan kriteria keputusan sebagai berikut (Anita & Wiwoho, 2022):

- 1) Apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan signifikansi  $< a$  (0,05) maka, model regresi yang diestimasi dapat dikatakan layak.
- 2) Apabila nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan signifikansi  $> a$  (0,05) maka, model regresi yang diestimasi dapat dikatakan tidak layak.

## 2. Uji t (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen harga air minum isi ulang merek Biru ( $X_1$ ), pendapatan rumah tangga ( $X_2$ ), dan jumlah anggota rumah tangga ( $X_3$ ) berpengaruh secara individual terhadap permintaan air minum isi ulang (Y) yang menjadi variabel dependen. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, kriteria pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut (Anita & Wiwoho, 2022):

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikansi  $< a$  (0,05) maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel independen secara parsial/individual berpengaruh pada variabel dependen.
- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan signifikansi  $> a$  (0,05) maka,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya variabel independen secara parsial/individual tidak berpengaruh pada variabel dependen.

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisiensi determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi yaitu antara nol dan satu, nilai yang mendekati satu berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan nilai yang kecil atau mendekati nol berarti bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen amat terbatas.

## HASIL PENELITIAN

### Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Tabel 4.2 model persamaan linear berganda untuk permintaan air minum isi ulang merek Biru dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,512 + 0,471X_1 - 0,169X_2 + 0,377X_3 + e_i$$

Dari interpretasi persamaan linear berganda di atas dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Koefisien konstanta bernilai positif yaitu sebesar 1,512 yang berarti jika semua variabel independen yaitu harga, pendapatan rumah tangga dan jumlah anggota rumah

tangga mempunyai nilai nol (0), maka dalam kondisi ini akan terjadi permintaan air minum isi ulang merek Biru sebesar 1,512 galon.

- 2) Koefisien harga bernilai positif yaitu sebesar 0,471 yang berarti setiap terjadi peningkatan harga sebesar satuan rupiah, maka dalam kondisi ini akan terjadi peningkatan permintaan air minum isi ulang merek Biru sebesar 0,471 galon.
- 3) Koefisien pendapatan rumah tangga bernilai negatif yaitu sebesar -0,167 yang berarti setiap terjadi peningkatan akan pendapatan pada rumah tangga sebesar satuan rupiah, maka akan terjadi penurunan permintaan air minum isi ulang merek Biru sebesar 0,167 galon.
- 4) Koefisien jumlah anggota rumah tangga bernilai positif yaitu sebesar 0,566 yang berarti bahwa setiap adanya penambahan jumlah anggota rumah tangga sebanyak satu orang, maka akan terjadi peningkatan permintaan air minum isi ulang merek Biru sebesar 0,566 galon.

### Uji F (Simultan)

Uji F atau disebut uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan statistik F dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Pengujian F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.629	3	2.210	11.646	.000 <sup>b</sup>
	Residual	6.830	36	.190		
	Total	13.459	39			

a. Dependent Variable: Permintaan

b. Predictors: (Constant), Jumlah Anggota Rumah Tangga, Harga, Pendapatan Rumah Tangga

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan signifikansi  $< \alpha (0,05)$ . Adapun nilai  $F_{tabel}$  dengan  $Df_1 = 3$  dan  $Df_2 = 36$  yaitu 2,866. Dengan hasil nilai  $11,646 > 2,866$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti variabel harga ( $X_1$ ), pendapatan rumah tangga ( $X_2$ ), dan jumlah anggota rumah tangga ( $X_3$ ) secara bersama-bersama (simultan) berpengaruh terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru (Y).

### Uji t (Parsial)

Uji t atau parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara individual terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan statistik t dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Pengujian t ( Parsial)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		Unstandardized Coefficients				
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.512	1.013		1.492	.144
	Harga	.471	.123	.455	3.820	.001
	Pendapatan Rumah Tangga	-.169	.207	-.099	-.816	.420
	Jumlah Anggota Rumah Tangga	.377	.086	.526	4.364	.000

a. Dependent Variable: Permintaan

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variabel harga ( $X_1$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikansi  $< \alpha$  (0,05). Adapun nilai  $t_{tabel}$  dengan  $Df = 36$  yaitu 2,028, jadi dengan nilai 3,820  $> 2,028$  dan nilai signifikansi 0,01  $< 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti adanya pengaruh yang signifikan antara harga ( $X_1$ ) terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru (Y).
- 2) Variabel pendapatan rumah tangga ( $X_2$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan signifikansi  $> \alpha$  (0,05). Adapun nilai  $t_{tabel}$  dengan  $Df = 36$  yaitu 2,028, jadi dengan nilai -0,816  $< 2,028$  dan nilai signifikansi 0,420  $> 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  ditolak yang berarti tidak adanya pengaruh yang signifikan antara pendapatan rumah tangga ( $X_2$ ) terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru (Y).
- 3) Variabel jumlah anggota rumah tangga ( $X_3$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikansi  $< \alpha$  (0,05). Adapun nilai  $t_{tabel}$  dengan  $Df = 36$  yaitu 2,028, jadi dengan nilai 4,364  $> 2,028$  dan nilai signifikansi 0,00  $< 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima yang berarti adanya pengaruh yang signifikan antara jumlah anggota rumah tangga ( $X_3$ ) terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru (Y).

### Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisiensi determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menerangkan variasi variabel dependen. Adapun hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Pengujian Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )**

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 <sup>a</sup>	.493	.450	.43558

a. Predictors: (Constant), Jumlah Anggota Rumah Tangga, Harga, Pendapatan Rumah Tangga

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0.450 yang berarti besarnya angka koefisiensi determinasi adalah 45%. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ), pendapatan rumah tangga ( $X_2$ ), dan jumlah anggota rumah tangga ( $X_3$ ) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru (Y) sebesar 45%. Sedangkan sisanya yaitu sekitar 55% dipengaruhi variabel lain diluar persamaan regresi atau variabel lain yang tidak diteliti.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Air Minum Isi Ulang Merek Biru**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru di Kelurahan Morokrebangan, Kota Surabaya. Berdasarkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3.820 > 2.028$  dan nilai signifikansi  $0,01 < 0,05$  dapat diartikan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Parimin (2016) yang menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan air minum isi ulang. Harga adalah salah satu alasan konsumen membeli suatu produk. Ketika suatu produk memiliki harga yang terjangkau, maka konsumen akan merasa senang untuk membelinya. Namun, suatu produk akan lebih diminati jika memiliki harga yang terjangkau dan memiliki kualitas yang terjamin seperti air minum isi ulang merek Biru.

### **Pengaruh Pendapatan Rumah Tangga Terhadap Permintaan Air Minum Isi Ulang Biru**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variabel pendapatan rumah tangga terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru di Kelurahan Morokrebangan, Kota Surabaya. Berdasarkan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $-0,816 < 2,028$  dan nilai signifikansi  $0,420 > 0,05$  dapat diartikan bahwa secara parsial variabel pendapatan rumah tangga mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru.

Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara pendapatan rumah tangga terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru, hal ini terjadi karena air minum merupakan kebutuhan dasar masyarakat. Perubahan pendapatan tentu tidak akan berpengaruh terhadap permintaan air minum, khususnya terhadap air minum isi ulang merek Biru. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri (2022) yang menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan air minum isi ulang.

### **Pengaruh Jumlah Anggota Rumah Tangga Terhadap Permintaan Air Minum Isi Ulang Merek Biru**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel jumlah anggota rumah tangga terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru di Kelurahan Morokrebangan, Kota Surabaya. Berdasarkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,364 >$

2,028 dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  dapat diartikan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru.

Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel jumlah anggota rumah tangga terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru, dikarenakan semakin banyaknya anggota keluarga maka akan membuat masa pakai atau masa konsumsi suatu barang bertambah yang mengakibatkan masa pakai atau masa konsumsi barang tersebut cepat habis. Ketika masa pakai atau masa konsumsi lebih cepat habis tentu akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dengan siklus waktu yang lebih singkat, hal ini menyebabkan permintaan akan barang tersebut meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Simatupang (2018) dan Parimin (2016) yang menunjukkan hasil sama pada variabel jumlah anggota rumah tangga. Hasil kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel jumlah anggota rumah tangga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan air isi ulang.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis dengan uji F, dapat disimpulkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ), pendapatan rumah tangga ( $X_2$ ), dan jumlah anggota rumah tangga ( $X_3$ ) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru (Y).
2. Berdasarkan hasil analisis dengan uji t, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel harga ( $X_1$ ) dan jumlah anggota rumah tangga ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru (Y). Sedangkan variabel pendapatan rumah tangga ( $X_2$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru (Y).
3. Berdasarkan hasil analisis linear berganda, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif pada variabel harga ( $X_1$ ) dan jumlah anggota rumah tangga ( $X_3$ ) terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru (Y). Sedangkan variabel pendapatan rumah tangga ( $X_2$ ) tidak memiliki pengaruh terhadap permintaan air minum isi ulang merek Biru (Y).

### **Saran**

Agar penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat dilanjutkan, adapun saran yang dapat diberikan oleh Peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Untuk pihak depot air minum isi ulang Biru, diharapkan untuk menjaga dan mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk yang telah dijual sekarang.
2. Untuk masyarakat khususnya konsumen air minum isi ulang merek Biru, diharapkan dapat bersifat kritis akan perubahan yang terjadi baik, dari harga dan kualitas produk yang diberikan. Sehingga dapat dengan cermat untuk mengambil keputusan memilih produk yang akan dikonsumsi.

3. Untuk Peneliti selanjutnya, karena adanya keterbatasan dalam cakupan penelitian (Kelurahan Morokrembangan) dan sedikitnya variabel penelitian yang digunakan (4 variabel). Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah cakupan penelitian yang lebih luas dan menambah variabel penelitian, sehingga mendapatkan hasil yang lebih mendekati kondisi sebenarnya serta dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan air minum isi ulang merek Biru selain faktor harga, pendapatan rumah tangga, dan jumlah anggota rumah tangga.

#### **Daftar Pustaka**

- Anita, & Wiwoho, B. (2022). Analisis Permintaan Tempe Pada Rrumah Tangga di Kelurahan Nginden Jangkungan, Sukolilo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Juni 2022*.
- Fitri, N., Kamilah, K., & Rahma, T. I. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Depot Air Minum Semuril Marelan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1(3)*, 151–162. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i3.21>
- Goenadhi, L., & Nobaiti. (2017). Pengantar Ekonomi Mikro. In *Pengantar Ekonomi Mikro* (Vol. 1).
- Janie, D. N. A. (2012). Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS. In A. Ika (Ed.), *Semarang University Press* (Issue April 2012). Semarang University Press.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & HE, H. (2020). *Principles of Marketing* (8 European). Pearson Education LTD.
- Parimin, Yusuf, M., & Putra, U. M. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Air Minum Isi Ulang di Kota Binjai. In *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* (Vol. 6).
- Simatupang, E., Setiawan, D., & Maulida, Y. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Industri kecil di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Air Minum Isi Ulang). In *JOM FEB* (Vol. 1, Issue 1). Januari-Juni.
- Sudarmanto, E., Syaiful, M., Fazira, N., Hasan, M., Muhammad, A., Faried, A. I., Tamara, S. Y., Muliarta, A., Nainggolan, L. E., Prasetyo, I., SN, A., Ahmad, M. I. S., Fitriana, L., Damanik, D., Basmar, E., Zaman, N., & Purba, B. (2021). Teori Ekonomi: Mikro dan Makro. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA, CV.
- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar* (3rd ed.). PT. RajaGrafindo Persada.

# Jurnal Fauzi New

---

## ORIGINALITY REPORT

---

17%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://www.mikroskil.ac.id">www.mikroskil.ac.id</a> Internet Source	6%
2	<a href="http://www.neliti.com">www.neliti.com</a> Internet Source	4%
3	<a href="http://ldikti11.ristekdikti.go.id">ldikti11.ristekdikti.go.id</a> Internet Source	4%
4	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	3%
5	<a href="http://repository.untag-sby.ac.id">repository.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	1%

---

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 42 words

Exclude bibliography  On

# Jurnal Fauzi New

---

## GRADEMARK REPORT

---

FINAL GRADE

**/0**

GENERAL COMMENTS

**Instructor**

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---

PAGE 10

---

PAGE 11

---

PAGE 12

---