

# Muhammad Dimas Vebryan\_Untag 2023

*by Yusuf Sanjaya*

---

**Submission date:** 17-Jul-2023 09:18AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 2132550943

**File name:** Bismillah\_Jurnal\_Dimas\_Fix.pdf (330.07K)

**Word count:** 4888

**Character count:** 33518

# ANALISIS PENGARUH HARGA, PENDAPATAN KONSUMEN, DAN JUMLAH ANGGOTA KELUARGA TERHADAP TINGKAT PERMINTAAN IKAN BANDENG DI PASAR PABEAN KOTA SURABAYA

Muhammad Dimas Vebryan<sup>1</sup>, Dr. Muhammad Yasin, S.E., MM<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

dimasimbul@gmail.com

## ABSTRAK

Penelitian ini dibentuk dari metode kuantitatif dengan teknik pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Penelitian ini bertujuan untuk menguji teori, memperoleh fakta, dan menunjukkan hubungan antar variabel. Pengumpulan data penelitian ini mengambil lokasi yang dilaksanakan di Pasar Pabean Kota Surabaya. Harga, pendapatan konsumen, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya. Harga, pendapatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya, sedangkan jumlah anggota keluarga berpengaruh namun tidak signifikan secara parsial terhadap tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey, Menurut Kemala & Pratama (2022:44), penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Metode ini merupakan metode penelitian yang bertujuan dalam mendeskripsikan peristiwa maupun kejadian secara objektif dan penelitian ini juga ditujukan untuk memecahkan permasalahan yang sedang terjadi.

**Kata Kunci:** Permintaan, Harga, Pendapatan Konsumen, Jumlah Anggota Keluarga

## Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara agraris yang sebagian besar penduduknya tinggal di pedesaan dan menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian dan perikanan. Sebagai negara berkembang, sektor perikanan masih memegang peranan penting dari keseluruhan nasional, hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor perikanan. Kekayaan sumber daya laut yang melimpah merupakan modal dasar untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat Indonesia dalam rangka

mendukung program ketahanan pangan dan gizi nasional. Melalui program Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARIKAN) menjadi indikator peningkatan Angka Konsumsi Ikan Nasional. Gerakan ini menjangkau di hampir seluruh wilayah kabupaten/kota termasuk wilayah dengan tingkat prevalensi stunting tinggi. Di Indonesia budidaya ikan bandeng di Indonesia telah lama dilakukan para produsen tambak baik secara tradisional maupun intensif.

Salah satu kota yang menerapkan program Gemarikan adalah Kota Surabaya. Bentuk penerapan program Gemarikan di

Kota Surabaya seperti kegiatan gelar lomba cipta menu olahan ikan. Acara yang bertajuk "Lomba Cipta Menu Olahan Ikan" tersebut, bertujuan agar masyarakat lebih memahami bagaimana mengolah ikan, kandungan gizi serta manfaat gizi ikan bagi kesehatan dan kecerdasan. Banyaknya manfaat, kandungan gizi dan permintaan akan ikan bandeng dan harganya yang terjangkau dapat menarik konsumen untuk mengkonsumsi ikan bandeng. Ikan bandeng yang terkenal dengan kandungan omega 3 nya mendapat respon konsumen yang baik untuk memenuhi kebutuhan gizi dimasa pertumbuhan anak-anak.

Masyarakat pada umumnya memiliki rasa ingin membeli atau mengkonsumsi suatu barang, apabila masyarakat memenuhi hasrat tersebut maka disitulah terjadi permintaan terhadap suatu barang. Menurut Kirana (2018:4), permintaan perlu dicapai oleh masyarakat dengan cara menukar barang yang diinginkan dengan sejumlah uang yang dimiliki dimana pengeluarannya berbeda-beda pada setiap barang. Kirana (2018:5-6), mengungkapkan ada sembilan faktor yang dapat mempengaruhi permintaan suatu barang yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan, jumlah konsumen, iklan, distribusi pendapatan, selera, perkiraan atau harapan konsumen dan ketersediaan produk.

#### **Rumusan Masalah**

1. Apakah harga, pendapatan konsumen, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh secara simultan terhadap tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya?
3. Apakah pendapatan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap

permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya?

4. Apakah jumlah anggota keluarga berpengaruh secara parsial terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya?

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **Permintaan**

Menurut Lela NurlaelaWati (2008:8), permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Permintaan yaitu suatu keadaan keseluruhan yang menghubungkan antara harga dan jumlah permintaan. Makin rendahnya harga barang maka konsumen akan cenderung membelinya dengan jumlah yang besar. 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.

Menurut Vincent (2011:16), Pada dasarnya permintaan (*demand*) dapat didefinisikan sebagai kuantitas barang atau jasa yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen selama periode waktu tertentu berdasarkan kondisi-kondisi tertentu. Periode waktu di sini dapat berupa satuan jam, satuan hari, satuan minggu, satuan bulan, satuan tahun, atau periode lainnya. Sedangkan kondisi-kondisi tertentu adalah berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap barang atau jasa.

#### **Harga**

Pengertian harga Menurut Nasution et al. (2020:4), merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga khususnya merupakan pertukaran

uang bagi barang atau jasa. Juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang dan jasa. Harga berarti sesuatu bagi konsumen dan sesuatu yang lain bagi penjual. Bagi konsumen, ini merupakan biaya atas sesuatu. Bagi penjual, harga adalah pendapatan dan sumber utama dari keuntungan.

Menurut Situmorang (2018:3), harga adalah sebagai sarana untuk mencapai target jumlah hasil penjualan dan keuntungan jangka pendek atau menengah. Akan tetapi, yang paling penting adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

### **Indikator Persepsi Harga**

Menurut Situmorang (2018:3), indikator-indikator persepsi harga yaitu sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga, harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk, yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Maksudnya adalah pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
3. Daya saing harga, kemampuan bersaing dengan antar produk.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.
5. Harga sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan.

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan**

Menurut Vincent (2011:16), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap komoditi tertentu pada suatu daerah. Faktor tersebut yaitu:

1. Harga barang itu sendiri

Sesuai dengan hukum permintaan, apabila jumlah barang yang diminta akan berubah secara berlawanan dengan perubahan harga tersebut.

#### **2. Harga barang-barang lain**

Barang konsumsi umumnya ada kaitannya dengan penggunaan antara yang satu dengan yang lain. Kaitan penggunaan antara dua barang tersebut dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu saling mengganti (*substituted relation*) dan saling melengkapi (*complementary relation*). Dua barang tersebut dapat dikatakan ada hubungan yang saling mengganti apabila naiknya harga salah satu barang menyebabkan naiknya suatu permintaan barang yang lain. Sedangkan dua barang mempunyai hubungan yang sangat melengkapi jika naiknya salah satu barang menyebabkan turunnya permintaan barang lain.

#### **3. Pendapatan / Penghasilan (dalam artian uang)**

Pendapatan merupakan imbalan yang diterima seseorang dari pekerjaan yang dilakukannya. Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli seorang konsumen. Dengan alasan inilah para pemasar perlu mengetahui pendapatan konsumen yang menjadi sasarannya. Besar kecilnya pendapatan yang diterima konsumen dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan pekerjaannya. Pekerjaan akan berpengaruh terhadap besar kecilnya pendapatan yang akan diperoleh.

#### **4. Jumlah anggota keluarga**

Jumlah anggota keluarga ini sangat mempengaruhi suatu permintaan terhadap suatu barang. Semakin banyak jumlah anggota keluarga maka semakin banyak juga

permintaan konsumen terhadap suatu barang tersebut dan juga sebaliknya.

5. **Selera**

Selera mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Selera atau kebiasaan juga dapat memengaruhi permintaan suatu barang.

### **Pendapatan Konsumen**

Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan seseorang atau masyarakat, sehingga pendapatan masyarakat ini mencerminkan kemajuan ekonomi suatu masyarakat (Pinilas et al. 2019:4).

Pendapatan konsumen merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan bentuk permintaan terhadap berbagai jenis barang. Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang.

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Konsumen**

Menurut Basri et al. (2022:2) faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
2. Harga per unit dari masing masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar produksi.
3. Hasil kegiatan oleh anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

### **Jumlah Anggota Keluarga**

Jumlah anggota keluarga sangat menentukan jumlah kebutuhan keluarga. Semakin banyak anggota keluarga berarti semakin banyak pula jumlah kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi. Begitu juga sebaliknya, semakin sedikit anggota keluarga berarti semakin sedikit pula kebutuhan yang harus dipenuhi keluarganya. Sehingga dalam keluarga yang jumlah anggotanya banyak, akan diikuti oleh banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi. Semakin besar ukuran rumah tangga berarti semakin banyak anggota rumah tangga yang pada akhirnya akan semakin berat beban rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Demikian pula jumlah anak yang bertanggung dalam keluarga dan anggota-anggota keluarga yang cacat maupun yang lanjut usia akan berdampak pada besar kecilnya pengeluaran suatu keluarga. Mereka tidak bisa menanggung biaya hidupnya sendiri sehingga mereka bergantung pada kepala keluarga dan istrinya. Anak-anak yang belum dewasa perlu dibantu biaya pendidikan, kesehatan, dan biaya hidup lainnya.

Menurut Siska Alfiati (2018:4), Jumlah anggota keluarga menunjukkan setiap anggota yang terdapat dalam suatu keluarga dan menunjukkan semua orang tersebut bertempat tinggal yang sama, Anggota keluarga umumnya terdiri dari kepala keluarga, suami, istri, anak, menantu, cucu, orang tua, dan lainnya.

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Anggota Keluarga**

Menurut Yanti & Murtala (2019:4), yang termasuk jumlah anggota keluarga adalah seluruh jumlah anggota keluarga rumah tangga yang tinggal dan makan dari satu dapur dengan kelompok penduduk yang sudah termasuk dalam kelompok tenaga kerja. Kelompok yang dimaksud makan dari satu dapur adalah apabila pengurus kebutuhan sehari-hari dikelola bersama-sama

menjadi satu. Jadi, yang termasuk dalam jumlah anggota keluarga adalah mereka yang belum bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari karena belum bekerja (dalam umur non produktif) sehingga membutuhkan bantuan orang lain (dalam hal ini orang tua).

### Kerangka Konseptual

.....

### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka hipotesis dalam penelitian terbagi menjadi 4 yaitu:

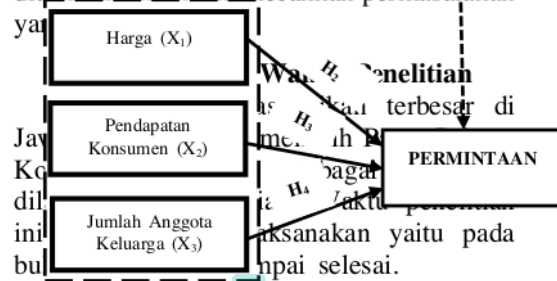
- a) H<sub>1</sub>: Diduga harga, pendapatan konsumen serta jumlah anggota keluarga berpengaruh secara simultan terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.
- b) H<sub>2</sub>: Diduga harga berpengaruh secara parsial terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.
- c) H<sub>3</sub>: Diduga pendapatan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.
- d) H<sub>4</sub>: Diduga jumlah anggota keluarga berpengaruh secara parsial terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

### Metode Penelitian

19

#### Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey, Menurut Kemala & Pratama (2022:44), penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Metode ini merupakan metode penelitian yang digunakan dalam mendeskripsikan peristiwa atau kejadian secara objektif dan penelitian ini juga ditujukan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi.



#### Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka-angka yang dalam penelitian ini merupakan data dari konsumen atau pembeli ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuisioner.

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini, penulis menggunakan sumber data primer. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah pembeli ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya yang selanjutnya disebut sebagai responden sumber data primer.

#### Populasi dan Sampel

Menurut Winarno (2013:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dimaksud adalah para konsumen atau

pembeli ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

Menurut Winarno (2013:84), Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah Populasi. Teknik Pengambilan Sampel menggunakan *Simple Random Sampling* Menurut Winarno (2013:85), *Simple Random Sampling* adalah pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 sampel.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode yang dilakukan antara lain:

1. **Penelitian Kepustakaan (*Liberari Research*)** Penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan serta membaca literatur artikel, jurnal serta kerangka ilmiah yang erat hubungannya dengan masalah yang dibahas.
2. **Penelitian Lapangan (*Field Research*)** Pengumpulan data ditempat atau lokasi penelitian dengan menggunakan kuisisioner, yaitu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberi daftar pertanyaan terhadap responden yang ada di Pasar Pabean Kota Surabaya. Daftar pertanyaan ini disusun berdasarkan acuan indikator yang telah ditetapkan.
3. **Kuesioner** Teknik kuisisioner (daftar pertanyaan) merupakan teknik pengumpulan data berupa daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk diisi oleh responden atau konsumen ikan bandeng di Pasar Pabean Kota

Surabaya. Angket memiliki beberapa komponen yaitu petunjuk pengisian, bagian identitas responden (nama, alamat, jenis kelamin, pekerjaan, usia, dan lainnya), dan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis.

### Definisi Variabel dan Definisi Operasional

Dalam hal ini variabel penelitian terbagi menjadi 2 yaitu:

#### 1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Masriyah 2022:9). Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen adalah:

##### a. Harga ( $X_1$ )

Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Contoh Harga Ikan Bandeng ( $X_1$ )

##### b. Pendapatan Konsumen ( $X_2$ )

Menurut Pinilas et al. (2019:4), pendapatan konsumen adalah penghasilan yang diterima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima oleh suatu negara. Pendapatan dengan definisi yang lebih luas merupakan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri yang dapat dipakai konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan dengan nama dan bentuk apapun (Pinilas et al., 2019:4).

##### c. Jumlah Anggota Keluarga ( $X_3$ )

Jumlah anggota keluarga sangat menentukan jumlah kebutuhan keluarga. Semakin banyak anggota keluarga berarti semakin banyak pula jumlah kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi. Begitu juga sebaliknya.

## 2. Variabel Dependen

Variabel Dependen disebut variabel terikat, maksud dari itu adalah variabel yang disebabkan oleh adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian adalah permintaan. Permintaan yang dimaksud adalah permintaan ikan bandeng (Y). Permintaan adalah jumlah yang diinginkan dan dapat dibeli konsumen dari pasar pada berbagai tingkat harga.

Operasionalisasi variabel-variabel penelitian ini sebagai berikut:

### 1) Harga Ikan Bandeng (Rp/Bulan) (X<sub>1</sub>)

Harga ikan bandeng dalam operasionalnya tolak ukurnya menggunakan rupiah dalam satu bulan.

### 2) Pendapatan Konsumen(Rp/Bulan) (X<sub>2</sub>)

Pendapatan konsumen dalam operasionalnya tolak ukurnya rupiah per bulan.

### 3) Jumlah Anggota Keluarga (Orang) (X<sub>3</sub>)

Jumlah anggota keluarga dalam operasionalnya tolak ukurnya menggunakan satuan orang.

### 4) Permintaan Ikan Bandeng (Kg/Bulan) (Y)

Permintaan ikan bandeng dalam operasionalnya tolak ukurnya menggunakan kg dalam satu bulan.

## Hasil dan Pembahasan

Metode analisa data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda adalah

suatu model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda yaitu dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

18

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

+ e

**Keterangan:**

Y: Permintaan Ikan Bandeng

a: Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>: nilai koefisien masing-masing variabel bebas

X<sub>1</sub>: Harga

X<sub>2</sub>: Pendapatan Masyarakat

X<sub>3</sub>: Jumlah Produksi

e: nilai kesalahan

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.886	.388		2.281	.025
	Harga (X <sub>1</sub> )	.301	.143	.204	2.098	.039
	Pendapatan Konsumen (X <sub>2</sub> )	.177	.077	.231	2.288	.024
	Jumlah Anggota Keluarga (X <sub>3</sub> )	.062	.082	.075	.758	.450

**Keterangan:**

- Nilai konstanta permintaan (Y) sebesar 0,886 artinya apabila nilai variabel yang terdiri dari Harga (X<sub>1</sub>), Pendapatan konsumen (X<sub>2</sub>), dan Jumlah anggota keluarga (X<sub>3</sub>) mempunyai nilai sama dengan nol, maka variabel permintaan (Y) nilainya sebesar 0,886.
- Nilai koefisien harga (X<sub>1</sub>) sebesar 0,301 menunjukkan bahwa jika harga ditingkatkan sebesar 1 satuan dengan variabel lain tetap atau konstan, maka permintaan akan meningkat sebesar 0,301.
- Nilai koefisien pendapatan konsumen (X<sub>2</sub>) sebesar 0,177 yang artinya jika pendapatan konsumen ditingkatkan sebesar 1 satuan



dengan variabel lain konstan maka permintaan akan meningkat sebesar 0,177.

- d. Nilai koefisien jumlah anggota keluarga ( $X_3$ ) sebesar 0,062 yang artinya jika variabel jumlah anggota keluarga bertambah sebesar 1 dengan variabel lain konstan maka permintaan akan meningkat sebesar 0,062.

### Uji F (Simultan)

Uji simultan ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan dalam mempengaruhi variabel dependen atau tidak dengan kriteria tingkat signifikan  $\alpha = 0,05$ . Adapun kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika signifikan  $< 0,05$ , maka model yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat dipergunakan analisis berikutnya.
2. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka model yang digunakan dalam penelitian tidak layak dan tidak dapat dipergunakan analisis berikutnya.

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.065	3	3.355	4.651	.004 <sup>b</sup>
	Residual	69.245	96	0.721		
	Total	79.31	99			

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a.  $F_{hitung} > F_{tabel}$   
Hasil perhitungan memperlihatkan nilai  $F_{hitung} = 4,651$  yang artinya  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,70 atau ( $4,651 > 2,70$ )
- b. Signifikansi  $< 0,05$   
Signifikansi 0,004. Nilai signifikansi itu lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,004 < 0,05$ ).

Berdasarkan tabel diatas dari olah data SPSS maka dapat diketahui bahwa nilai dari  $F_{hitung}$  yaitu 4,651 lebih besar dibandingkan  $F_{tabel}$  yaitu 2,70. Sedangkan nilai tingkat signifikansi sebesar 0,004 yang berarti bahwa nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, dalam penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari harga, pendapatan konsumen, dan jumlah anggota keluarga sebagai variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap permintaan sebagai variabel terikat.

### Uji T (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen secara parsial yang dimana variabel dependen terdiri dari variabel harga, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga dan variabel independen yaitu permintaan.

- a. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:
  1. Jika tingkat signifikansi  $> 0,05$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti variabel bebas yang digunakan sebagai penduga secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.
  2. Jika tingkat signifikansi  $< 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti variabel bebas yang digunakan sebagai penduga secara parsial berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- b. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel:
  1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima.
  2. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.886	.388		2.281	.025
	Harga (X1)	.301	.143	.204	2.098	.039
	Pendapatan Konsumen (X2)	.177	.077	.231	2.288	.024
	Jumlah Anggota Keluarga (X3)	.062	.082	.075	.758	.450

### A. Hasil Uji t (Parsial) Variabel Harga (X<sub>1</sub>) Terhadap Permintaan (Y)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji parsial dari variabel harga (X<sub>1</sub>) terhadap permintaan (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,098 > nilai t tabel sebesar 1,984 dan untuk tingkat signifikansi sebesar 0,039 < 0,05, dengan hasil uji tersebut disimpulkan bahwa variabel harga (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap permintaan (Y) ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

Berarti H<sub>2</sub> dalam penelitian ini diterima dikarenakan harga berpengaruh terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

### B. Hasil Uji t (Parsial) Variabel Pendapatan Konsumen (X<sub>2</sub>) Terhadap Permintaan (Y)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji parsial dari variabel pendapatan konsumen (X<sub>2</sub>) terhadap permintaan (Y) menunjukkan t hitung sebesar 2,288 > nilai t tabel sebesar 1,984 dan untuk tingkat signifikansi sebesar 0,024 < 0,05, dengan hasil uji tersebut disimpulkan bahwa variabel pendapatan konsumen (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap permintaan (Y).

Berarti H<sub>3</sub> dalam penelitian ini diterima dikarenakan pendapatan konsumen berpengaruh terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

### C. Hasil Uji t (Parsial) Variabel Jumlah Anggota Keluarga (X<sub>3</sub>) Terhadap Permintaan (Y)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji parsial dari variabel jumlah anggota keluarga (X<sub>3</sub>) terhadap permintaan (Y) menunjukkan t hitung sebesar 0,758 < 1,984 dan untuk tingkat signifikansi 0,450 > 0,05, dengan hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah anggota keluarga (X<sub>3</sub>) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan (Y).

Berarti H<sub>4</sub> dalam penelitian ini ditolak dikarenakan jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan uji yang menunjukkan besar kecilnya sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat, besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu seberapa besar Harga (X<sub>1</sub>), Pendapatan Konsumen (X<sub>2</sub>), dan Jumlah Anggota Keluarga (X<sub>3</sub>) terhadap variabel terikat Permintaan (Y) yang diperoleh hasil sebagai berikut:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.356 <sup>a</sup>	0.127	0.1	0.849
a. Predictors: (Constant), Jumlah Anggota Keluarga (X3), Harga (X1), Pendapatan Konsumen (X2)				

Menurut tabel diatas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi mendapatkan hasil 0,100 dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Harga, Pendapatan Konsumen, dan Jumlah Anggota Keluarga dapat menjelaskan pengaruh terhadap variabel terikat yaitu (Y) sebesar 10% sedangkan 90% dijelaskan

oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **1. Pengaruh Harga, Pendapatan Konsumen, dan Jumlah Anggota Keluarga terhadap Permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya**

Berdasarkan dari tabel diatas, pengaruh Harga, Pendapatan Konsumen, dan Jumlah Anggota Keluarga berpengaruh simultan terhadap permintaan secara signifikan dikarenakan apabila harga, pendapatan konsumen, dan jumlah anggota keluarga semakin besar maka tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya juga akan meningkat begitu juga sebaliknya.

$H_1$  dinyatakan diterima karena harga, pendapatan konsumen, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh secara simultan terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

#### **2. Pengaruh Harga terhadap Permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya**

Berdasarkan dari tabel diatas, pengaruh Harga secara parsial terhadap permintaan berpengaruh secara signifikan dikarenakan semakin tinggi harga ikan bandeng maka permintaan ikan bandeng akan menurun begitu juga sebaliknya apabila harga ikan bandeng menurun maka permintaan ikan bandeng akan meningkat. Berarti  $H_2$  dalam penelitian ini diterima dikarenakan variabel harga berpengaruh terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

Hasil uji penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kirana (2018) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ikan Lele Oleh Konsumen Rumah Tangga Di Kota Tangerang Selatan Kabupaten

Banten”. Berdasarkan hasil uji ini parsial (Uji t) menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan ikan lele di Kota Tangerang Selatan Kabupaten Banten.

#### **3. Pengaruh Pendapatan Konsumen terhadap Permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya**

Berdasarkan dari tabel diatas, pengaruh Pendapatan Konsumen secara parsial terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya berpengaruh secara signifikan dikarenakan apabila pendapatan konsumen semakin tinggi maka permintaan ikan bandeng juga akan meningkat dikarenakan dengan tingginya pendapatan konsumen, konsumen bisa dan mampu untuk memenuhi kebutuhannya termasuk kebutuhan makanan sehat. Berarti  $H_3$  dalam penelitian ini diterima dikarenakan variabel pendapatan konsumen berpengaruh terhadap tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

Hasil uji penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulhazmi (2021) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Daging Ayam Broiler Oleh Rumah Tangga Di Kelurahan Semolowaru” dikarenakan variabel pendapatan konsumen pada penelitian tersebut tidak berpengaruh terhadap permintaan daging ayam boiler, sedangkan pada penelitian yang saya lakukan pendapatan konsumen berpengaruh terhadap tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya

#### **4. Pengaruh Jumlah Anggota Keluarga terhadap Permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

Hal ini menunjukkan bahwa banyak atau sedikitnya jumlah anggota keluarga belum tentu dapat berpengaruh terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya. Hal itu disebabkan karena perbedaan selera dari masing masing konsumen dan karena banyaknya macam ikan yang dijual di Pasar Pabean Kota Surabaya. Berarti H<sub>4</sub> dalam penelitian ini ditolak dikarenakan jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh terhadap tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya.

Hasil uji penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulhazmi (2021) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Daging Ayam Broiler Oleh Rumah Tangga Di Kelurahan Semolowaru” dikarenakan variabel jumlah anggota keluarga pada penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh terhadap tingkat permintaan.

### **Kesimpulan**

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

1. Harga, Pendapatan Konsumen, dan Jumlah Anggota Keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan secara simultan terhadap permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya dikarenakan apabila harga, pendapatan konsumen, dan jumlah anggota keluarga semakin besar maka tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya juga akan meningkat begitu juga sebaliknya.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya. Dengan

begitu hipotesis terkait harga terhadap tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya terbukti dan signifikan dikarenakan semakin tinggi harga ikan bandeng maka permintaan ikan bandeng akan menurun begitu juga sebaliknya apabila harga ikan bandeng menurun maka permintaan ikan bandeng akan meningkat.

3. Pendapatan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya. Dengan begitu hipotesis terkait pendapatan konsumen terhadap tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya terbukti dan signifikan dikarenakan apabila pendapatan konsumen semakin tinggi maka permintaan ikan bandeng juga akan meningkat dikarenakan dengan tingginya pendapatan konsumen, konsumen bisa dan mampu untuk memenuhi kebutuhannya termasuk kebutuhan makanan sehat.
4. Jumlah Anggota Keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya. Dengan begitu hipotesis terkait jumlah anggota keluarga terhadap tingkat permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya ditolak dan tidak terbukti signifikan disebabkan karena perbedaan selera dari masing masing konsumen dan karena banyaknya macam ikan yang dijual di Pasar Pabean Kota Surabaya.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas dan hasil penelitian yang dilakukan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dan

diharapkan agar dapat menjadi bahan perbandingan untuk kedepannya, yaitu:

1. Bagi pemilik usaha

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa jumlah permintaan ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya sangat tinggi. Besar harapan saya untuk para pedagang di Pasar Pabean Kota Surabaya supaya tetap menjaga kebersihan dan kualitas dari ikan bandeng itu sendiri.

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 ikan bandeng di Pasar Pabean Kota Surabaya karena ada beberapa faktor lain yang kurang memengaruhi permintaan.

#### Daftar Pustaka

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37.
- Andriniawati, N., & Saskara, I. A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Broiler di Provinsi Bali. *Jurnal EP Unud*, 7(6), 2011–2037.
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13.
- Arsyad, L. (2010). Ekonomi Pembangunan Edisi Kelima (Yogyakarta). *Ekonomi Pembangunan Berkelanjutan*, 05(01), 1–37.
- Basri, H., Nurdin, N., Fahmi, A., & Albetris, A. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Masyarakat di Sekitar Kawasan Kurma Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 359.
- Dewanty, D. P. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ikan laut di pasar tradisional. *Skripsi*.
- Kemala, N., & Pratama, M. A. (2022). Cost dan Benefit Perkebunan Kelapa Sawit di PT IIS (Inti Indosawit Subur) Pada Awal Peremajaan di Desa Bulian Jaya Kecamatan Maro Sebo Ilir Kabupaten Batanghari”. *Jurnal MeA (Media Agribisnis)*, 7(1)
- Kharisma, N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Penggunaan Dompet Digital Sebagai Alat Pembayaran Non Tunai Mahasiswa Universitas Jambi. 4(1), 88–100.
- Kirana, M. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ikan lele oleh konsumen rumah tangga di kota Tangerang selatan provinsi banten. 1–23.
- Lela NurlaelaWati, S. M. (n.d.). *Buku Pengantar Ekonomi Mikro-Makro.pdf*.
- Masriyah, M. N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Minyak Goreng Sanky Di Driyorejo-Greaik (pp. 7–11).
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee (survei pada

Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.

Pinilas, A., Kumenaung, A., & Rorong, I. (2019). Pengaruh Dana Desa Terhadap Pendapatan Masyarakat di Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(03), 85–96.

Putri, D. L., Ariyanto, A., & Andi, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro* (Issue May).

Rahmadhani, A. H., & Darmawan, A. (2018). Analisis Abnormal Return Sebelum dan Sesudah Pengumuman Investment Grade Indonesia. In *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Siska, A. (2018) Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Pangan Rumah Tangga. *Energies*, 6(1), 1–8.

Situmorang, M. K. (2018). Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 90–98.

Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Vincent, G. (2011). *Ekonomi Manajerial Landasan Analisis dan Strategi Bisnis untuk Manajemen Perusahaan dan Industri*. 742.

Winarno. (2013). *Buku Metodologi Penelitian Kualitatif*. Universitas Negeri Malang (UM Press), January, 143.

Yanti, Z., & Murtala, M. (2019). Pengaruh

Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Konsumsi Rumah Tangga Di Kecamatan Muara Dua. *Jurnal Ekonomika Indonesia*, 8(2), 72.

Zulhazmi, M. F. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Daging Ayam Broiler Oleh Rumah Tangga Di Kelurahan Semolowaru*.

# Muhammad Dimas Vebryan\_Untag 2023

## ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://repository.untag-sby.ac.id">repository.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	3%
2	<a href="https://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	2%
3	<a href="https://download.garuda.ristekdikti.go.id">download.garuda.ristekdikti.go.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="https://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="https://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	1%
7	Submitted to Universitas Negeri Medan Student Paper	1%
8	Submitted to Higher Education Commission Pakistan Student Paper	1%
9	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1%

10	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1 %
11	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	<1 %
12	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	<1 %
13	Lisnawaty Dukalang. "Kepemimpinan Kepala Madrasah dan Motivasi Guru Terhadap Kinerja Pengawas", Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal, 2020 Publication	<1 %
14	media.neliti.com Internet Source	<1 %
15	Submitted to Universitas Kristen Duta Wacana Student Paper	<1 %
16	jurnal.unpand.ac.id Internet Source	<1 %
17	Submitted to Konsorsium Turnitin Relawan Jurnal Indonesia Student Paper	<1 %
18	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
19	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %



20	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
21	repository.unibos.ac.id Internet Source	<1 %
22	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1 %
23	jurnal.unsil.ac.id Internet Source	<1 %
24	ojs.uho.ac.id Internet Source	<1 %
25	repository.upstegal.ac.id Internet Source	<1 %
26	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off