

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
MAKANAN SEAFOOD DI RUMAH MAKAN
BANG JAJA KOTA SURABAYA**

Vinona Surya Wardhoyo
FEB, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Jl. Semolowaru No. 45 Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur
Email: vinonasurya03@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, selera konsumen dan pendapatan konsumen terhadap permintaan makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota 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 makanan *seafood* Bang Jaja. Variabel independen yaitu harga, selera konsumen dan pendapatan konsumen. Alat analisis data menggunakan metode regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh hasil $Y = 2,92 + 0,28X_1 + 0,39X_2 + 0,10X_3 + e$. Diperoleh T-hitung harga makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya sebesar 4,807, selera konsumen sebesar 5,800, dan pendapatan konsumen sebesar 1,439. Sedangkan untuk pengujian secara simultan diperoleh nilai F-hitung 39,669 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 dan H_1 diterima. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa harga, selera konsumen dan pendapatan konsumen berpengaruh terhadap permintaan makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya.

Kata kunci: Permintaan Makanan *Seafood*, Harga makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja, Selera Konsumen, Pendapatan Konsumen

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of price, consumer tastes and consumer income on demand for seafood at Bang Jaja Restaurant, Surabaya City. Types and sources of data use a quantitative approach with primary and secondary data. This research used 100 samples. The research variables consist of the dependent variable, namely the demand for Bang Jaja seafood food. The independent variables are price, consumer tastes and consumer income. The data analysis tool uses the multiple linear regression method. Based on the results of multiple linear regression analysis, the results obtained are $Y = 2.92 + 0.28X_1 + 0.39X_2 + 0.10X_3 + e$. It was found that the T-calculated price of seafood food at Bang Jaja Restaurant, Surabaya City was 4,807, consumer appetite was 5,800, and consumer income was 1,439. Meanwhile, for simultaneous testing, the F-count value was 39.669 with a significance probability value of 0.000 which is smaller than 0.05. Thus H_a and H_1 are accepted. The conclusion of this research shows that price, consumer tastes and consumer income influence the demand for seafood at Bang Jaja Restaurant, Surabaya City.

Keywords: *Demand for Seafood Food, Price of seafood food at Bang Jaja Restaurant, Consumer Tastes, Consumer Income*

PENDAHULUAN

Sejalan dengan berkembangnya dunia usaha, layaknya disektor usaha kuliner yang semakin banyak di berbagai kota besar salah satunya Kota Surabaya. Usaha kuliner terus menjamur dengan terdapat banyak peluang, karena kota Surabaya yang merupakan kota dengan adanya laut membuat bisnis dengan berbagai bentuk yang berasal dari laut banyak digeluti oleh para produsen yakni mulai dari kerajinan tangan, camilan olahan dan hewan laut yang dapat dikonsumsi, sehingga para produsen dapat dengan mudah mendapatkan bahan baku hasil laut. Kemudahan itu di gunakan sebagai kesempatan oleh produsen membuka usaha kuliner jenis *seafood* yang banyak peminatnya dan banyak cara untuk mengolahnya sesuai dengan selera konsumen. Tidak heran jika bisnis kuliner di Surabaya tidak pernah sepi konsumen khususnya bisnis kuliner dengan skala kecil atau kuliner UMKM (Prihatini, 2016).

Seafood atau makanan hasil laut merupakan komoditas dagang yang penting baik dalam negeri maupun internasional. Indonesia dikenal sebagai negara maritim dengan keunggulan dalam laut dan hasil lautnya, oleh karena itu penanganan dan pengolahan *seafood* yang tepat akan meningkatkan nilai jual produk makanan laut. *Seafood* merupakan sumber protein hewani dan omega 3 yang penting untuk tubuh. Kandungan nutrisi dalam *seafood* menyebabkan *seafood* mudah mengalami kerusakan baik kimia, fisik, mikrobiologi dan organoleptik, oleh karena itu penanganan pasca panen serta pengolahan yang tepat dapat mencegah kerusakan tersebut.

Salah satu tempat makan yang ada di Surabaya dan banyak dikunjungi oleh konsumen adalah Rumah Makan yang berada di jalan Genteng Besar. Lokasi tersebut terdapat banyak penjual dengan berbagai macam jenis makanan, namun ada satu tempat yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk ramai dikunjungi yakni dengan menjual makanan yang sejenis yaitu jenis makanan *seafood*. Satu diantaranya yang ramai dikunjungi konsumen adalah Rumah Makan *Seafood* Bang Jaja, bahkan tidak sedikit konsumen yang mengantri tempat duduk ketika melakukan keputusan pembelian dengan menikmati makanan yang disajikan.

Persaingan dalam dunia kuliner yang penting dan harus diperhatikan adalah promosi atau harga, kualitas dan pelanggan. Kualitas yang baik akan membuat pelanggan meninggalkan kesan yang baik pada kita dan membuat pelanggan mengingat kita dan itu akan membuat mereka kembali kepada kita. Pelanggan merupakan hal yang harus diperhatikan karena pelanggan merupakan faktor dominan dan menentukan kita dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis restoran yang kita jalankan. Harga dan promosi juga sangat penting karena harga yang terlalu mahal dan tidak memiliki strategi promosi yang baik maka akan sulit untuk mendapatkan pelanggan untuk datang dan karena promosi dan harga yang tidak terlalu mahal dapat menstabilkan usaha kita dan dapat memperkenalkan restoran kepada pelanggan (Hasan & Leon, 2023).

Penelitian ini dilatar belakangi 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 Yunita et al. (2019) memperoleh kesimpulan variabel pendapatan, jumlah anggota keluarga, pendidikan, usia, selera, berpengaruh nyata terhadap permintaan susu pasteurisasi.

Perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu harga, selera konsumen, dan pendapatan konsumen untuk mengetahui apakah variabel tersebut dapat mempengaruhi sebuah permintaan.

Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti berusaha mengidentifikasi dan mendeskripsikan pengaruh harga, selera konsumen, dan pendapatan konsumen terhadap permintaan makanan seafood di Rumah Makan Bang Jaja Kota Suabaya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga, selera konsumen, dan pendapatan konsumen dapat mempengaruhi permintaan makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya?
2. Apakah harga makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya dapat mempengaruhi permintaan makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya?
3. Apakah selera konsumen makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya dapat mempengaruhi permintaan makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya?
4. Apakah pendapatan konsumen dapat mempengaruhi permintaan makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan di atas maka tujuan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui harga, selera konsumen, dan pendapatan konsumen dapat mempengaruhi permintaan makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah harga makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya dapat mempengaruhi permintaan makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya.
3. Untuk mengetahui apakah selera konsumen makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya dapat mempengaruhi permintaan makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya.
4. Untuk mengetahui apakah pendapatan konsumen dapat mempengaruhi permintaan makanan *seafood* di Bang Jaja Kota Surabaya.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan akan tercapainya dengan tersusunnya penelitian ini antara lain:

1. Bagi Pembaca Dapat menambah dan memperluas ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh harga dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan.
2. Bagi Penulis Sebagai bahan untuk meningkatkan kemampuan pengembangan dalam penerapan yang teoritis dan pelaksanaannya pada praktek kehidupan yang berkaitan dengan pengaruh harga dan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

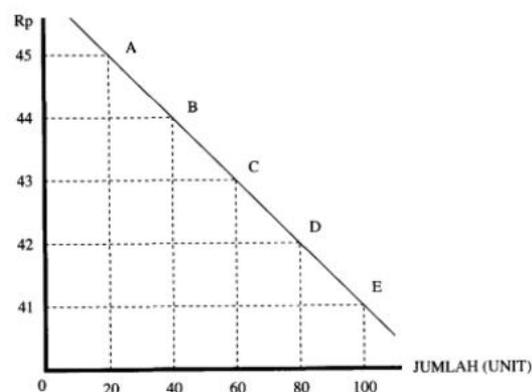
Teori Permintaan

Menurut Darmawan (2019) pengertian permintaan dapat diartikan sebagai jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pasar. Hal ini berasal dari asumsi bahwa setiap manusia memiliki kebutuhan. Karena adanya kebutuhan ini, maka terciptanya permintaan barang pemenuh kebutuhan manusia. Tetapi, apabila ditinjau dari sisi ilmu ekonomi, permintaan itu sendiri didefinisikan sebagai sebuah fungsi yang menunjukkan kepada skedul tingkat pembelian yang direncanakan.

Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan antara hubungan jumlah barang yang diminta dan harga serta pembentukan kurva permintaan. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan. Kurva permintaan menggambarkan hubungan antara jumlah yang diminta dengan harga, *ceteris paribus* (Siahaan, 2015).

Kurva Permintaan

Menurut Iswardono (2007) kurva permintaan adalah garis yang menunjukkan berbagai kombinasi harga dan jumlah barang yang diminta atau berbagai kemungkinan jumlah barang yang diminta pada berbagai kemungkinan harga per satuan waktu tertentu.

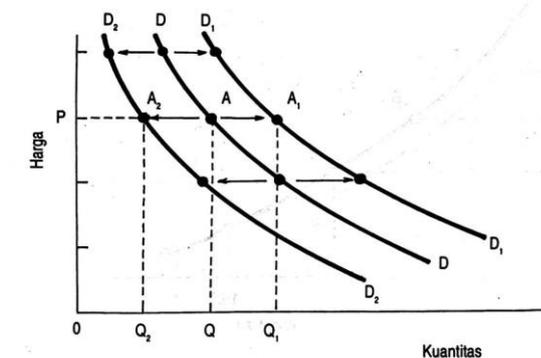


Gambar 1
Kurva Permintaan

Pergeseran Kurva Permintaan

Menurut Sukirno (2013) kurva permintaan akan bergerak ke kanan atau ke kiri. 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.

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 2.2 perubahan itu adalah dari kurva DD menjadi D_1D_1 .



Gambar 2
Pergeseran Kurva Permintaan

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Menurut Herdiana (2016) ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang selain harga barang itu sendiri. Faktor-faktor tersebut antara lain:

- a. Harga Barang Lain
- b. Tingkat Pendapatan Per Kapita
 - (1) Barang inferior
 - (2) Barang esensial
 - (3) Barang normal
 - 4) Barang mewah
- c. Distribusi Pendapatan
- d. Selera Masyarakat
- e. Jumlah Penduduk
- f. Perkiraan Tentang Masa Depan
- g. Usaha-Usaha Produsen Meningkatkan Penjualan

Fungsi Permintaan

Fungsi Permintaan adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah suatu barang yang diminta dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. fungsi

permintaan adalah suatu kajian matematis yang digunakan untuk menganalisa perilaku konsumen dan harga. fungsi permintaan mengikuti hukum permintaan yaitu apabila harga suatu barang naik maka permintaan akan barang tersebut juga menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka permintaan akan barang tersebut meningkat. jadi hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta memiliki hubungan yang terbalik, sehingga gradien dari fungsi permintaan akan selalu negatif (Barus & Azzahra, 2020).

Hukum Permintaan

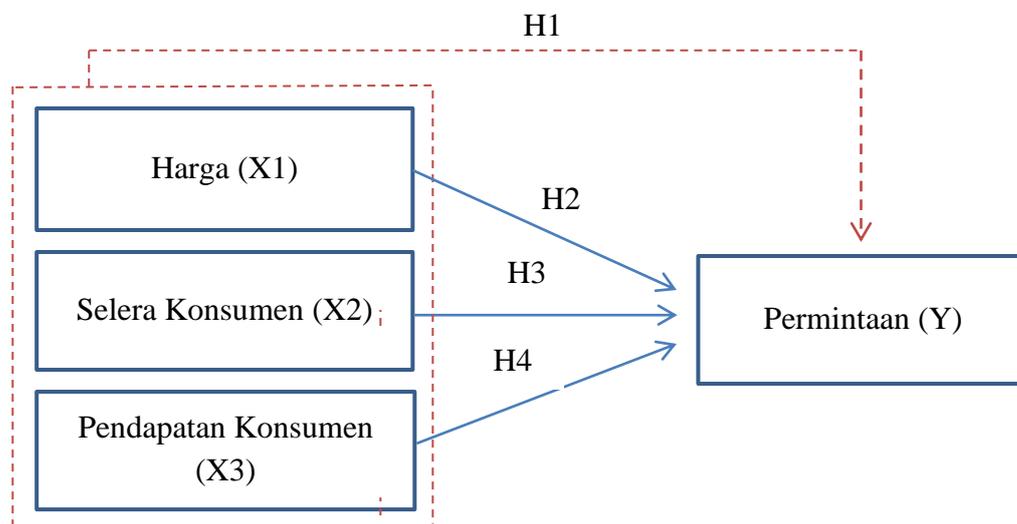
Secara lengkap Hukum Permintaan menyatakan bahwa: jika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang diminta akan bertambah. Hukum permintaan tersebut akan berlaku dengan asumsi faktor-faktor lain di luar harga harus dianggap konstan (*ceteris paribus*). Ini merupakan konsep asli dari penemunya, yaitu Alfred Marshall (Febrianti, 2014).

Dapat dikatakan pula bahwa hukum permintaan, yaitu:

1. Jika harga barang naik, pendapatan konsumen yang tetap merupakan kendala bagi konsumen untuk melakukan pembelian yang lebih banyak.
2. Jika harga suatu barang naik, konsumen akan mencari barang pengganti.

Kerangka Konseptual

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka dapat digambarkan dalam sebuah bagan sebagai berikut:



Gambar 3
Kerangka Konseptual

Hipotesis

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang dikembangkan oleh para ahli dan penelitian terdahulu di atas, maka hipotesis yang diambil oleh penulis dari penelitian ini adalah:

- H1: Harga, selera konsumen, dan pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya.
- H2: Harga berpengaruh signifikan terhadap permintaan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya.
- H3: Selera konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya.
- H4: Pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas kuantitatif, yakni pendekatan penelitian yang berfokus mencari hubungan antar satu variabel dengan variabel lain yang memiliki sebab akibat (Sugiyono, 2017). Dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei dan kuesioner yang disebar kepada para konsumen Rumah Makan *Seafood* Bang Jaja Kota Surabaya.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini berlokasi di Rumah Makan *Seafood* Bang Jaja Kota Surabaya. Waktu penelitian dimulai pada bulan Oktober 2023 sampai November 2023.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek tersebut (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *seafood* Bang Jaja Kota Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan dengan keperluan penelitian. Artinya setiap individu yang diambil dari populasi dipilih kriteria tertentu. Kriteria responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang ada di Rumah Makan *Seafood* Genteng Besar Kota Surabaya. Penentuan kuota sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Pengukuran

Metode Pengukuran data dalam penelitian ini dengan menggunakan skala *likert*. *Skala likert* digunakan responden memilih jawaban dari beberapa variabel yang dibagi menjadi sebagian dari indikator variabel, tiap indikator variabel berisi instrumen yang digunakan sebagai kriteria dalam suatu pertanyaan maupun pernyataan yaitu: sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), sangat setuju (5).

Analisi Data

Penelitian ini dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 26 dan *Eviews* 12, terhadap 100 responden yang merupakan kosumen *Seafood* Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya. Pengambilan keputusan dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linear Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji F, Uji T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Frekuensi
1	15-25	82
2	25-34	9
3	35-44	5
4	45-54	4
Total		100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan pada Tabel 1 mengenai data usia responden yang mengonsumsi makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya diketahui bahwa responden pada penelitian ini memiliki usia 15-24 tahun dengan frekuensi responden sebesar 82 orang. Usia 25-34 tahun dengan frekuensi responden sebesar 9 orang. Usia 35-44 tahun dengan frekuensi responden sebesar 5 orang. Usia 45-54 tahun dengan frekuensi responden sebesar 4 orang. Dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia pada penelitian ini didominasi oleh responden berdasarkan tingkat usia 15-25 tahun, dan responden dengan jumlah minimum dimiliki pada responden yang memiliki tingkat usia 45-54 tahun. Artinya bahwa konsumen *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya rata-rata berusia 15-25 tahun.

Uji Validitas

Penulis mengambil langkah untuk melakukan uji validitas untuk mengetahui seberapa besar tingkat validitas dari alat ukur yang digunakan dengan menggunakan analisis validitas metode *bivariate correlation product moment* yang dibantu *software* SPSS 26 dengan nilai signifikansi 5% ataupun 0,05 maka dinyatakan valid dan sebaliknya.

Uji Validitas Variabel Harga (X_1)

Tabel 2
Uji Validitas Harga

Pertanyaan	r	Sig.	Keputusan
P_1	0,821	0,000	Valid
P_2	0,823	0,000	Valid
P_3	0,732	0,000	Valid

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. Dengan demikian maka pertanyaan 1, 2 dan 3 masing-masing berhubungan signifikan terhadap total sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan 1, 2 dan 3 masing-masing valid.

Uji Validitas Variabel Selera Konsumen (X_2)

Tabel 3
Uji Validitas Selera Konsumen

Pertanyaan	r	Sig.	Keputusan
P_1	0,835	0,000	Valid
P_2	0,775	0,000	Valid
P_3	0,787	0,000	Valid

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. Dengan demikian maka pertanyaan 1, 2 dan 3 masing-masing berhubungan signifikan terhadap total sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan 1, 2 dan 3 masing-masing valid.

Uji Validitas Variabel Pendapatan Konsumen (X_3)

Tabel 4
Uji Validitas Pendapatan Konsumen

Pertanyaan	r	Sig.	Keputusan
P_1	0,805	0,000	Valid
P_2	0,767	0,000	Valid
P_3	0,835	0,000	Valid

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. Dengan demikian maka pertanyaan 1, 2 dan 3 masing-masing berhubungan signifikan terhadap total sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan 1, 2 dan 3 masing-masing valid.

Uji Validitas Permintaan (Y)

Tabel 5
Uji Validitas Permintaan (Y)

Pertanyaan	r	Sig.	Keputusan
P_1	0,624	0,000	Valid
P_2	0,775	0,000	Valid
P_3	0,786	0,000	Valid

Berdasarkan uji korelasi pada Tabel 5 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. Dengan demikian maka pertanyaan 1, 2 dan 3 masing-masing berhubungan signifikan terhadap total sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan 1, 2 dan 3 masing-masing valid.

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 26.

Uji Reliabilitas Variabel Harga (X₁)

Tabel 6
Uji Reliabilitas Harga
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	4

Dari data uji reliabilitas Tabel 6 diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,823 yang lebih besar dari 0,70 jawaban responden bersifat reliabel.

Uji Reliabilitas Variabel Selera Konsumen (X₂)

Tabel 7
Uji Reliabilitas Selera Konsumen
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	4

Dari data uji reliabilitas Tabel 7 diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,826 yang lebih besar dari 0,70 jawaban responden bersifat reliabel.

3. Uji Reliabilitas Variabel Pendapatan Konsumen (X₃)

Tabel 8
Uji Reliabilitas Pendapatan Konsumen
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	4

Dari data uji reliabilitas Tabel 8 diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,827 yang lebih besar dari 0,70 jawaban responden bersifat reliabel.

4. Uji Reliabilitas Variabel Permintaan (Y)

Tabel 9
Uji Reliabilitas Permintaan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	4

Dari data uji reliabilitas Tabel 9 diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,790 yang lebih besar dari 0,70 jawaban responden bersifat reliabel.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 10
Uji Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.929150	0.858464	3.412081	0.0009
X1	0.282534	0.058772	4.807289	0.0000
X2	0.394825	0.068063	5.800841	0.0000
X3	0.101236	0.070324	1.439566	0.1532

Dari Tabel 10 maka dapat dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,92 + 0,28X_1 + 0,39X_2 + 0,10X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a Nilai konstanta permintaan (Y) memiliki nilai positif sebesar 2.92. 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, selera konsumen dan pendapatan konsumen bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka permintaan adalah sebesar 2,92.
- b Nilai koefisien regresi untuk variabel harga makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya (X1,) memiliki nilai positif sebesar 0,28. Hal ini menunjukkan jika harga mengalami kenaikan 1% maka permintaan akan naik sebesar 0,28 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 selera konsumen makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya (X2,) memiliki nilai positif sebesar 0,39. Hal ini menunjukkan jika harga barang lain mengalami kenaikan 1% maka permintaan akan naik sebesar 0,39 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 (X3,) memiliki nilai positif sebesar 0,10. Hal ini menunjukkan jika pendapatan konsumen mengalami kenaikan 1% maka permintaan akan naik sebesar 0,10 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

Uji Koefisian Determinasi (R^2)

Tabel 11
Uji Koefisian Determinasi (R^2)

R-squared	0.553508	Mean dependent var	11.91000
Adjusted R-squared	0.539555	S.D. dependent var	1.781470
S.E. of regression	1.208836	Akaike info criterion	3.256371
Sum squared resid	140.2834	Schwarz criterion	3.360578
Log likelihood	-158.8186	Hannan-Quinn criter.	3.298546
F-statistic	39.66980	Durbin-Watson stat	1.828791
Prob(F-statistic)	0.000000		

Dari hasil perhitungan diperoleh koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0,5395. Hal ini artinya 53,95% variabel permintaan dipengaruhi oleh harga, selera konsumen, dan pendapatan konsumen. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 46,05% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 12
Uji Simultan (Uji F)

R-squared	0.553508	Mean dependent var	11.91000
Adjusted R-squared	0.539555	S.D. dependent var	1.781470
S.E. of regression	1.208836	Akaike info criterion	3.256371
Sum squared resid	140.2834	Schwarz criterion	3.360578
Log likelihood	-158.8186	Hannan-Quinn criter.	3.298546
F-statistic	39.66980	Durbin-Watson stat	1.828791
Prob(F-statistic)	0.000000		

- a Signifikansi < 0,05

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

- b Hasil uji hipotesis variabel harga, selera konsumen dan pendapatan konsumen dalam penelitian ini memiliki arti bahwa H_1 diterima. Dengan demikian H_0 memiliki pengaruh terhadap permintaan.
- c Dengan demikian hipotesis H_1 diterima, yang menyatakan bahwa harga makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya, selera konsumen, dan pendapatan konsumen disamakan dengan bunyi hipotesis 1 (H_1).

Uji T (Uji Parsial)

Tabel 13
Uji Parsial (Uji T)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.929150	0.858464	3.412081	0.0009
X1	0.282534	0.058772	4.807289	0.0000
X2	0.394825	0.068063	5.800841	0.0000
X3	0.101236	0.070324	1.439566	0.1532

Berdasarkan Tabel 13 dapat disimpulkan bahwa:

- a Hasil uji hipotesis harga menunjukkan nilai T-hitung 4,807 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya H_2 dalam penelitian ini diterima. Dengan hal ini mengartikan H_2 harga makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya berpengaruh signifikan terhadap permintaan.
- b Hasil uji hipotesis selera konsumen menunjukkan bahwa T-hitung 5,800 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya H_3 dalam penelitian ini diterima. Dengan itu hal ini mengartikan H_3 selera konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan.
- c Hasil uji hipotesis variabel pendapatan konsumen menunjukkan bahwa T-hitung 1,439 dengan signifikansi 0,153 lebih besar dari 0,05 yang artinya H_4 dalam penelitian ini ditolak. Dengan itu hal ini mengartikan H_4 pendapatan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

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

1. Variabel harga makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya, selera konsumen dan pendapatan konsumen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel permintaan makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya.
2. Variabel harga makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya.
3. Variabel selera konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya.

4. Variabel pendapatan konsumen berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap permintaan makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya.

5.2 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 variabel selera konsumen sangat berpengaruh untuk meningkatkan permintaan makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya. Oleh karena itu Rumah Makan *Seafood* Bang Jaja harus tetap menjaga dan terus meningkatkan kualitas makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota 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 makanan *seafood* di Rumah Makan Bang Jaja Kota Surabaya karena ada beberapa faktor lain yang kurang memengaruhi permintaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barus, M. D. B., & Azzahra, A. S. (2020). Analisis Aplikasi Dan Penerapan Matematika Pada Ilmu Ekonomi Fungsi Permintaan Dan Penawaran. *Akutansi Bisnis Dan Publik*, 11(1), 1–11.
- Darmawan, D. (2019). *Teori Permintaan*. Journal of Chemical Information and Modeling. [http://repository.unpas.ac.id/13279/3/BAB II REVISI SUP.pdf](http://repository.unpas.ac.id/13279/3/BAB%20II%20REVISI%20SUP.pdf)
- Febrianti, Y. N. (2014). Permintaan Dalam Ekonomi Mikro. *Edunomic*, 2(1), 15–24.
- Hasan, G., & Leon, W. (2023). *Seafood Purchase Decision In Batam Mediation By Product Quality Pengaruh Strategi Promosi , Harga , Iklan , Kualitas Pelayanan , Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Seafood Di Batam Dimediasi Oleh Kualitas Produk*. 4(January), 189–199.
- Herdiana, A. F. (2016). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah*, 2, 1–15. <http://repository.unpas.ac.id/40077/>
- Iswardono. (2007). *Teori Ekonomi Mikro* (Empat (4)). Gunadarma.
- Nashrullah, M., Maharani, O., Rohman, A., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, & Sri Untari, R. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data) Diterbitkan oleh UMSIDA PRESS*.
- Prihatini, C. W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood

- Genteng Besar. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3), 1–11.
- Rusdi, M. D., & Suparta, M. (2016). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 283–300.
- Siahaan, A. M. (2015). Analisis Permintaan Permintaan Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Oriflame di Kota Pekanbaru. *Jom FEKON*, 2(2), 1–11.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis-Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (S. Y. Suryandari (ed.); Edisi Ke-3). Alfabeta, cv.
- Sukirno, S. (2013). *Mikro Ekonomi-Teori Pengantar* (Edisi Ketu). PT RajaGrafindo Persada.
- Yunita, B., Nugraha, A. T., & Muhib, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Susu Sapi Pasteurisasi Di Koperasi Produksi Susu (Kps) Bogor. *Agribusiness Journal*, 12(1), 52–60. <https://doi.org/10.15408/aj.v12i1.11851>