

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN MAKANAN RAMEN DI GYUDONAY SURABAYA

by Rizka Dewi Damayanti

Submission date: 22-Jan-2024 10:25AM (UTC+0700)

Submission ID: 2275494502

File name: Ekonomi_dan_Bisnis_1232000047_Rizka_Dewi_Damayanti.docx (229.52K)

Word count: 4578

Character count: 36774

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN MAKANAN RAMEN DI GYUDONAY SURABAYA

Rizka Dewi Damayanti¹, I Made Suparta²

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

rizkad83@gmail.com¹, madesuparta@untag-sby.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, harga barang lain, pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya. Jenis dan sumber data penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan 100 sampel. Variabel penelitian terdiri dari variabel dependen yaitu permintaan makanan ramen Gyudonay dan variabel independen yang terdiri dari variabel harga, harga barang lain, pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi. Teknik pengujian hipotesis menggunakan uji F serta uji t. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh hasil $Y = 0.202 + 0.189X_1 + 0.360X_2 + 0.001X_3 + 0.312X_4 + 0.114X_5 + e$. Diperoleh t-hitung harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya sebesar 2,102, harga barang lain (*substitut*) sebesar 4,515, pendapatan konsumen sebesar 0,016, selera konsumen sebesar 4,518 dan lokasi restoran sebesar 2,67. Sedangkan untuk pengujian secara simultan diperoleh nilai F-hitung 66,016 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 dan H_1 diterima. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga, harga barang lain, pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran berpengaruh terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.

Kata Kunci: Permintaan Makanan Ramen, Harga Makanan Ramen di Gyudonay, Harga Makanan Ramen di Nihonmaru, Pendapatan Konsumen, Selera Konsumen, Lokasi Restoran

PENDAHULUAN

Jepang merupakan salah satu negara yang ada di kawasan Asia. Jepang terkenal dengan sebutan negara matahari terbit karena sebagian penduduknya mempercayai matahari. Meskipun negara Jepang hanya memiliki luas wilayah yang lebih kecil dibandingkan dengan negara Indonesia, namun Jepang memiliki keunikan tersendiri, keberagaman seni dan budaya tradisional yang sudah menjadi ciri khas negara Jepang. Terdapat beberapa kebudayaan Jepang yang sudah terkenal di dunia, diantaranya yaitu: geisha Jepang, upacara minum teh, seni origami, dan pakaian kimono. Di antara budaya-budaya yang ada di Jepang, budaya kuliner khas Jepang juga terkenal dengan keunikan dan kelezatannya. Makanan Jepang memiliki ciri khas unik yang tidak ditemui di negara lain. Bahkan, beberapa makanan yang dianggap menyehatkan disebut sebagai resep “panjang umur” dari orang Jepang. Makanan khas tradisional Jepang tersebut terkenal sebagai makanan menyehatkan

karena termasuk makanan cukup protein, relatif rendah kalori, dan mengandung zat-zat gizi yang penting.

Makanan Jepang atau biasa disebut *Japanese food*, menjadi produk budaya yang mendunia. Terkenalnya bisnis makanan Jepang membuktikan bahwa makanan khas Jepang dapat diterima dengan baik dan dapat dikonsumsi oleh seluruh kalangan masyarakat mulai dari kalangan anak-anak hingga orangtua (Suhardini, 2020). Salah satu makanan Jepang yang sangat populer yaitu makanan ramen. Ramen merupakan makanan yang terbuat dari mie telur tipis yang disajikan dengan bahan-bahan pelengkap seperti daging, telur, daun bawang, rumput laut, dan lain-lain. Varian ramen ditentukan dari jenis-jenis kuah khas Jepang, variasi kuah ramen terdapat tiga jenis, yaitu: kuah rasa *shoyu* (kecap asin Jepang), *shio* (garam), dan *miso* (tauco Jepang).

Perkembangan bisnis dan teknologi tidak akan pernah menghentikan kemajuan suatu zaman. Bisnis dapat digunakan sebagai suatu perantara untuk seseorang memulai usahanya, istilah bisnis sendiri hanyalah sebuah sebutan yang di dalamnya menggambarkan aspek dari suatu perusahaan beroperasi. Bisnis sendiri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Saat ini bisnis telah muncul dimana-mana, salah satunya adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner lebih dari sekedar untuk memenuhi kebutuhan pangan manusia, namun bisnis kuliner juga dianggap mampu sebagai pelengkap gaya hidup masa kini. Tidak heran apabila tren industri kuliner terus mengalami peningkatan dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan ini. Berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF), sektor kuliner menyumbang 41,4% dari total produk domestik bruto (PDB) ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2020 (Agmasari, 2021).

Surabaya disebut menjadi salah satu kota yang memiliki perkembangan jumlah restoran yang sangat pesat, terutama restoran dengan makanan khas Jepang. Hal ini tentunya industri kuliner di Surabaya juga berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berikut jumlah rumah makan/restoran di Surabaya.

Tabel 1
Jumlah Rumah Makan/Restoran di Surabaya

No	Tahun	Jumlah (Unit)
1	2016	790
2	2017	1.083
3	2018	1.341
4	2019	1.243

Sumber: (BPS Kota Surabaya, 2020)

Wiwiek Widayati, Kepala Disbudpar Surabaya menyatakan bahwa kenaikan jumlah restoran berkisar 15-20% setiap tahun (Putro et al., 2014). Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah restoran yang ada di Surabaya terus mengalami peningkatan dalam waktu 3 tahun yaitu pada periode 2016-2018, namun pada saat tahun 2019 mengalami sedikit penurunan menjadi 1.243 restoran.

Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO) pada tahun 2019 menyatakan bahwa pertumbuhan kafe dan restoran yang ada di Jawa Timur terdapat sekitar 10-15% restoran yang menghadirkan menu masakan Jepang

(Widarti, 2019). Apkrindo menyatakan banyak pengolah restoran asli Jepang yang masuk ke Surabaya, baik itu segmen menengah ke bawah maupun segmen atas, kemunculan restoran Jepang di Surabaya disebabkan oleh adanya perubahan gaya hidup masyarakat kota yang memiliki pengalaman pernah tinggal atau berkunjung ke Jepang (Amalijah dan Fredy, 2023). Salah satu restoran makanan Jepang yang terkenal di Surabaya yaitu Gyudonay yang berdiri sejak tahun 2020.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan et al. (2022) memperoleh kesimpulan bahwa variabel harga makanan pecel lele, harga makanan substitusi (harga barang lain) dan pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan makanan pecel lele di kalangan mahasiswa FEB Unsoed. Selanjutnya, pada penelitian Waryono et al. (2017) memperoleh kesimpulan bahwa variabel harga makanan *Langkitang* dan pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan, sedangkan variabel harga makanan *Pensi* (harga barang lain) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan makanan khas *Langkitang* di Pantai Padang.

Perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu penelitian ini menggunakan lima variabel yaitu harga, harga makanan substitusi (harga barang lain), pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran untuk mengetahui apakah variabel tersebut dapat mempengaruhi sebuah permintaan.

Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti berusaha mengidentifikasi dan mendeskripsikan pengaruh harga, harga makanan substitusi (harga barang lain), pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Permintaan

Teori permintaan merupakan teori yang menggambarkan sifat hubungan antara jumlah yang diminta dengan harga. Teori permintaan juga dapat diartikan sebagai suatu komoditas yang dihasilkan produsen karena adanya kebutuhan oleh konsumen yang bersedia membelinya. Konsumen kemudian akan membeli komoditas tersebut jika harganya sesuai dengan yang diharapkan. Teori permintaan mempunyai kegunaan untuk menetapkan berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan. Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang dibeli dalam berbagai keadaan dan tingkat harga. Semakin tinggi (mahal) harga, maka permintaan semakin sedikit. Sebaliknya semakin rendah (murah) harga, maka permintaan semakin banyak (Hanafi et al., 2014). Permintaan dapat diartikan juga sebagai suatu keinginan seseorang untuk mendapatkan barang dan jasa yang disertai oleh kemampuan beli. Kemampuan beli seseorang memiliki keterkaitan dengan tingkat pendapatan dan juga harga barang. Harga dan pendapatan (jumlah uang) akan mempengaruhi kemampuan beli dan keinginan untuk mendapatkan barang terealisasi. (Rusdi dan Suparta, 2016).

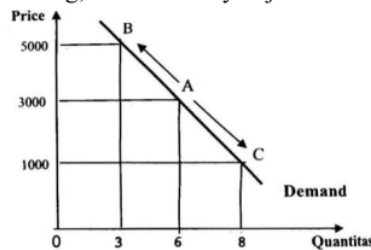
Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah suatu kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang tertentu dengan jumlah barang tersebut yang diminta oleh konsumen yang melambangkan skedul atau hukum permintaan. Skedul

permintaan adalah suatu daftar yang menggambarkan hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah permintaan barang tersebut (Febianti, 2014). Kurva permintaan miring ke bawah menggambarkan bahwa pada saat variabel lainnya tidak mengalami perubahan, konsumen akan ingin membeli barang dengan jumlah lebih banyak karena harganya mengalami penurunan (Suparta, 2023).

Pergerakan Kurva Permintaan

Menurut Suhardi (2016), kurva permintaan dapat bergerak ke atas atau ke bawah (dari A ke B atau dari A ke C), yaitu seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 1, hal ini terjadi apabila terdapat perubahan harga dari barang itu sendiri. Semakin mahal harga suatu barang, semakin sedikit jumlah barang yang diminta, dan semakin murah harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang yang diminta.



Sumber: (Suhardi, 2016)

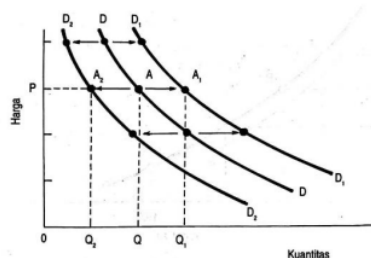
Gambar 1

Pergerakan Kurva Permintaan

Akibat perubahan harga barang itu sendiri, tidak merubah/menggeser kurva *demand*. Pergerakan itu hanya terjadi sepanjang kurva permintaan itu sendiri (Suhardi, 2016).

Pergeseran Kurva Permintaan

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



Sumber: (Sukirno, 2013)

Gambar 2

Pergeseran Kurva Permintaan

Diibaratkan bahwa para pembeli mengalami kenaikan pendapatan. Apabila faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan, kenaikan pendapatan ini akan

menyebabkan naiknya permintaan, yaitu pada setiap tingkat harga jumlah yang diminta menjadi bertambah banyak. Keadaan seperti ini digambarkan oleh perpindahan kurva permintaan dan menurut contoh pada Gambar 2 perubahan itu adalah dari kurva DD menjadi D_1 .

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

Fungsi dan Hukum Permintaan

Fungsi permintaan (*demand function*) adalah fungsi yang menggambarkan suatu hubungan antara variabel jumlah permintaan dengan variabel-variabel atau faktor-faktor yang mempengaruhinya. Fungsi permintaan merupakan turunan dari perilaku konsumen yang berusaha untuk mencapai kepuasan secara maksimal, dengan melakukan kegiatan mengkonsumsi barang dan jasa yang mampu dibeli (Febianti, 2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap sesuatu barang antara lain:

1. Harga Barang Itu Sendiri (X_1)
2. Harga Barang Lain (X_2)
3. Pendapatan Para Pembeli (X_3)
4. Corak Distribusi Pendapatan (X_4)
5. Cita Rasa Masyarakat (X_5)
6. Jumlah Penduduk (X_6)
7. Ramalan Mengenai Keadaan di Masa yang Akan Datang (X_7)
8. Lokasi Penjualan (X_8)
9. Usaha-Usaha Produsen dalam Meningkatkan Penjualan (X_9)
10. Faktor-Faktor Lainnya (X_{10})

Dengan demikian fungsi permintaan dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$QD = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, \text{ dan } X_{10})$$

Dalam kondisi *ceteris paribus* (faktor lain yang mempengaruhi permintaan selain harga dianggap tidak berubah nilainya dalam jangka waktu yang sedang dianalisis, berarti hanya harga barang tersebut yang mempengaruhi permintaan), fungsi permintaan dapat diformulasikan sebagai berikut:

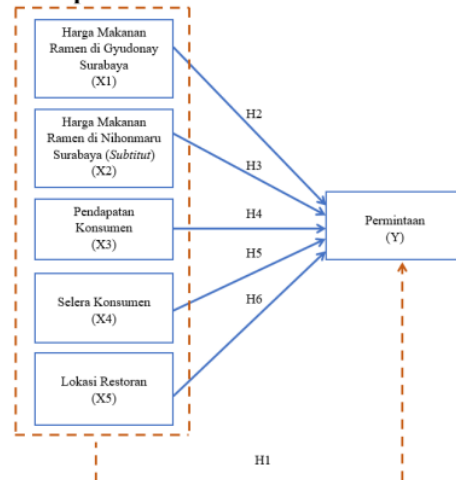
$$QD = f(X_1) \longrightarrow QD = f(\text{price})$$

Kenyataannya di perekonomian akan terjadi jika harga naik maka konsumen akan cenderung mengurangi pembelian terhadap barang tersebut dan sebaliknya jika harga turun maka konsumen akan cenderung menambah jumlah barang yang dibeli.

Hukum permintaan (*The Law Of Demand*) adalah sifat hubungan (simetris) antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan “semakin rendah harga

suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit pula permintaannya terhadap barang tersebut” (Akhmad, 2014).

Kerangka Konseptual



Gambar 3
Kerangka Konseptual

Hipotesis

Hipotesis adalah suatu dugaan terhadap rumusan masalah penelitian yang bersifat sementara sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Mulyani, 2021). Hipotesis merupakan bagian utama dalam penelitian yang harus terjawab sebagai kesimpulan pada penelitian itu sendiri. Berdasarkan rumusan permasalahan, tujuan penelitian, landasan teori dan kerangka pemikiran maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H₁: Harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya, harga makanan ramen di Nihonmaru (*subtitut*), pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran berpengaruh signifikan terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.
- H₂: Harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya berpengaruh signifikan terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.
- H₃: Harga makanan ramen di Nihonmaru Surabaya (*subtitut*) berpengaruh signifikan terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.
- H₄: Pendapatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.
- H₅: Selera konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.
- H₆: Lokasi restoran berpengaruh signifikan terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.

METODE PENELITIAN

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis kemungkinan hubungan sebab-akibat antara faktor tertentu yang mungkin menjadi fenomena dari fenomena yang diteliti (Rahmadi, 2011). Dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, yang disebar kepada para konsumen Gyudonay Surabaya.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek dengan memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Adapun yang menjadi populasi dari penelitian ini adalah konsumen Gyudonay Surabaya.

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Sampling Purposif (*Purposive Sampling*), yaitu pengambilan sampel berdasarkan dengan keperluan penelitian. Artinya setiap individu yang diambil dari populasi dipilih secara sengaja berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini yaitu konsumen Gyudonay Surabaya dengan minimal berusia 17 tahun. Penentuan kuota sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Pengukuran

Metode pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan dalam mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang ataupun sekelompok yang berkaitan dengan fenomena sosial. Dalam penelitian ini penulis memodifikasi skala *likert* menjadi 5 kategori jawaban. Maka dalam penelitian ini digunakan lima alternatif jawaban yaitu: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), Sangat Setuju (5). Skala *likert* sering juga disebut skala ordinal karena pernyataan Sangat Setuju mempunyai tingkat atau preferensi yang “lebih tinggi” dari Setuju, dan Setuju “lebih tinggi” dari Netral.

Analisis Data

Penelitian ini dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 21 dan *Eviews* 12, terhadap 100 responden yang merupakan konsumen Gyudonay 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 Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji F, dan Uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

No	Status Pekerjaan	Jumlah (Responden)
1	Pelajar/Mahasiswa	48
2	PNS	2
3	Pegawai Swasta	27
4	Lainnya	23
Total		100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan data primer yang telah diperoleh pada Tabel 2 menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini yang memiliki status pekerjaan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 48 orang, status pekerjaan PNS sebanyak 2 orang, status pekerjaan Pegawai Swasta sebanyak 27 orang dan status pekerjaan lainnya sebanyak 23 orang. Dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan pada penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki status pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa, dan responden dengan jumlah minimum dimiliki pada responden yang memiliki status pekerjaan sebagai PNS. Artinya bahwa konsumen Gyudonay Surabaya rata-rata masih berstatus sebagai Pelajar/Mahasiswa.

Uji Validitas

Penulis mengambil langkah untuk melakukan uji validitas untuk mengetahui seberapa besar kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari responden. Uji validitas ini menggunakan *software* SPSS 21 dengan tingkat signifikansi 5% ataupun 0,05.

Tabel 3
Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	Sig.	><	Sig. 0,05	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,852	0,000	<	0,05	Valid
	X1.2	0,827	0,000	<	0,05	Valid
	X1.3	0,779	0,000	<	0,05	Valid
Harga Barang Lain (subtitut) (X2)	X2.1	0,848	0,000	<	0,05	Valid
	X2.2	0,703	0,000	<	0,05	Valid
	X2.3	0,745	0,000	<	0,05	Valid
Pendapatan Konsumen (X3)	X3.1	0,717	0,000	<	0,05	Valid
	X3.2	0,911	0,000	<	0,05	Valid
	X3.3	0,747	0,000	<	0,05	Valid
Selera Konsumen (X4)	X4.1	0,927	0,000	<	0,05	Valid
	X4.2	0,891	0,000	<	0,05	Valid
	X4.3	0,879	0,000	<	0,05	Valid
Lokasi Restoran (X5)	X5.1	0,884	0,000	<	0,05	Valid
	X5.2	0,919	0,000	<	0,05	Valid
	X5.3	0,907	0,000	<	0,05	Valid
Permintaan (Y)	Y.1	0,843	0,000	<	0,05	Valid
	Y.2	0,777	0,000	<	0,05	Valid
	Y.3	0,838	0,000	<	0,05	Valid

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa tingkat signifikansinya untuk pertanyaan 1, 2 dan 3 terhadap total sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan hasil ini maka kuesioner yang digunakan yaitu Harga (X1), Harga Barang Lain (subtitut) (X2), Pendapatan Konsumen (X3), Selera Konsumen (X4), Lokasi Restoran (X5), dan Permintaan (Y) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sebuah alat ukur yang digunakan untuk melihat sebuah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner tersebut secara berulang. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 4
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Minimum Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,833	0,60	Reliabel
Harga Barang Lain (subtitut) (X2)	0,809	0,60	Reliabel
Pendapatan Konsumen (X3)	0,824	0,60	Reliabel
Selera Konsumen (X4)	0,862	0,60	Reliabel
Lokasi Restoran (X5)	0,863	0,60	Reliabel
Permintaan (Y)	0,834	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS

Dari Tabel 4 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel adalah reliabel karena mempunyai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5
Analisis Regresi Linier Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.202575	0.679942	0.297930	0.7664
X1	0.189495	0.090123	2.102633	0.0382
X2	0.360360	0.079798	4.515928	0.0000
X3	0.001893	0.061049	0.031002	0.9753
X4	0.312490	0.069157	4.518532	0.0000
X5	0.114004	0.054874	2.077543	0.0405

Sumber: Output Eviews

Untuk menganalisis regresi linier berganda ini menggunakan *software Eviews* 12. Dari Tabel 5, maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0.202 + 0.189X_1 + 0.360X_2 + 0.001X_3 + 0.312X_4 + 0.114X_5 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta permintaan (Y) memiliki nilai positif sebesar 0.202. 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, X₄, dan X₅ yaitu harga, harga barang lain, pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan, maka permintaan adalah sebesar 0,202%.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya (X₁) memiliki nilai positif sebesar 0.189. Hal ini menunjukkan jika harga mengalami kenaikan 1% maka permintaan akan naik sebesar 0,189% dengan anggapan variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel harga makanan ramen di Nihonmaru Surabaya (*subtitut*) (X₂) memiliki nilai positif sebesar 0.360. Hal ini

menunjukkan jika harga makanan ramen di Nihonmaru Surabaya (*substitut*) mengalami kenaikan 1% maka permintaan akan naik sebesar 0,360% dengan anggapan variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

- d. Nilai koefisien regresi untuk variabel pendapatan konsumen (X_3) memiliki nilai positif sebesar 0.01. Hal ini menunjukkan jika pendapatan konsumen mengalami kenaikan 1% maka permintaan akan naik sebesar 0,01% dengan anggapan variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- e. Nilai koefisien regresi untuk variabel selera konsumen (X_4) memiliki nilai positif sebesar 0.312. Hal ini menunjukkan jika selera konsumen mengalami kenaikan 1% maka permintaan akan naik sebesar 0,312% dengan anggapan variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- f. Nilai koefisien regresi untuk variabel lokasi restoran (X_5) memiliki nilai positif sebesar 0.114. Hal ini menunjukkan jika akses lokasi mudah dijangkau dan lancar serta fasilitas mengalami kenaikan 1% maka permintaan akan naik sebesar 0,114% dengan anggapan variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Tabel 6
Koefisien Determinasi

5		3	
R-squared	0.778346	Mean dependent var	11.95000
Adjusted R-squared	0.766555	S.D. dependent var	2.189853
S.E. of regression	1.058051	Akaike info criterion	3.008859
Sum squared resid	105.2304	Schwarz criterion	3.165170
Log likelihood	-144.4430	Hannan-Quinn criter.	3.072121
F-statistic	66.01673	Durbin-Watson stat	1.425333
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: *Output Eviews*

Dari hasil perhitungan diperoleh koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah 0.7665 yang artinya variabel permintaan dipengaruhi oleh harga, harga barang lain, pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran sebesar 76,65%. Sedangkan sisanya 23,35% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F untuk menguji besarnya pengaruh dari seluruh variabel independen (harga, harga barang lain, pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (permintaan).

- a. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

1. Jika tingkat signifikansi $> 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, maka variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.
2. Jika tingkat signifikansi $< 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

Tabel 7
Uji F (Uji Simultan)

5	R-squared	0.778346	3	Mean dependent var	11.95000
	Adjusted R-squared	0.766555		S.D. dependent var	2.189853
	S.E. of regression	1.058051		Akaike info criterion	3.008859
	Sum squared resid	105.2304		Schwarz criterion	3.165170
	Log likelihood	-144.4430		Hannan-Quinn criter.	3.072121
	F-statistic	66.01673		Durbin-Watson stat	1.425333
	Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: *Output Views*

Dari hasil perhitungan berdasarkan Tabel 7 didapat nilai F sebesar 66.016 dengan nilai probabilitas sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0,05. Maka hasil uji hipotesis variabel harga, harga barang lain, pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran dalam penelitian ini memiliki arti bahwa H_a diterima. Dengan demikian variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan. Hal ini menyatakan bahwa H_1 diterima, yang menyatakan bahwa harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya, harga makanan ramen di Nihonmaru Surabaya (*substitut*), pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran disamakan dengan bunyi hipotesis 1 (H_1).

Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t untuk menguji besarnya pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Variabel independen yang terdiri dari variabel harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya, harga makanan ramen di Nihonmaru Surabaya (*substitut*), pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran dan variabel dependen yaitu permintaan.

a. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi:

1. Jika tingkat signifikansi $> 0,05$, berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, maka 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, maka variabel bebas yang digunakan sebagai penduga secara parsial berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

Tabel 8
Uji t (Uji Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.202575	0.679942	0.297930	0.7664
X1	0.189495	0.090123	2.102633	0.0382
X2	0.360360	0.079798	4.515928	0.0000
X3	0.001893	0.061049	0.031002	0.9753
X4	0.312490	0.069157	4.518532	0.0000
X5	0.114004	0.054874	2.077543	0.0405

Sumber: *Output Eviews*

Berdasarkan Tabel 8 dapat disimpulkan bahwa:

- Hasil uji hipotesis variabel harga (X_1) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2.102 dengan signifikansi $0.038 < 0.05$ yang artinya H_2 dalam penelitian ini diterima. Maka dari itu dinyatakan harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya berpengaruh signifikan terhadap permintaan.
- Hasil uji hipotesis variabel harga barang lain (X_2) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 4.515 dengan signifikansi $0.000 < 0.05$ yang artinya H_3 dalam penelitian ini diterima. Maka dari itu dinyatakan harga makanan ramen di Nihonmaru berpengaruh signifikan terhadap permintaan.
- Hasil uji hipotesis variabel pendapatan konsumen (X_3) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 0.031 dengan signifikansi $0.975 > 0.05$ yang artinya H_4 dalam penelitian ini ditolak. Maka dari itu dinyatakan pendapatan konsumen berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan.
- Hasil uji hipotesis variabel selera konsumen (X_4) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 4.518 dengan signifikansi $0.000 < 0.05$ yang artinya H_5 dalam penelitian ini diterima. Maka dari itu dinyatakan selera konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan.
- Hasil uji hipotesis variabel lokasi restoran (X_5) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2.077 dengan signifikansi $0.040 < 0.05$ yang artinya H_6 dalam penelitian ini diterima. Maka dari itu dinyatakan lokasi restoran berpengaruh signifikan terhadap permintaan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Makanan Ramen di Gyudonay Surabaya Terhadap Permintaan Makanan Ramen di Gyudonay Surabaya

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya diperoleh t-hitung sebesar 2.102 dengan nilai signifikansi sebesar $0.038 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien variabel harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya sebesar 0.189. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial (H_2) yang menyatakan bahwa ada pengaruh harga makanan ramen di Gyudonay terhadap permintaan. Dengan demikian berarti bahwa H_2 harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan.

Pengaruh Harga Makanan Ramen di Nihonmaru (*substitut*) Terhadap Permintaan Makanan Ramen di Gyudonay Surabaya

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel harga makanan ramen di Nihonmaru (*substitut*) diperoleh t-hitung sebesar 4.515 dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien variabel harga makanan ramen di Nihonmaru (*substitut*) sebesar 0.360. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial (H_3) yang menyatakan bahwa ada pengaruh harga makanan ramen di Nihonmaru (*substitut*) terhadap permintaan. Dengan demikian berarti bahwa H_3 harga makanan ramen di Nihonmaru (*substitut*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan.

Pengaruh Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Makanan Ramen di Gyudonay Surabaya

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel pendapatan konsumen diperoleh t-hitung sebesar 0.031 dengan nilai signifikansi sebesar $0.975 > 0.05$ yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien variabel pendapatan konsumen sebesar 0.001. Dengan demikian berarti bahwa H_4 pendapatan konsumen mempunyai pengaruh positif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan.

Pengaruh Selera Konsumen Terhadap Permintaan Makanan Ramen di Gyudonay Surabaya

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel selera konsumen diperoleh t-hitung sebesar 4.518 dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien variabel selera konsumen sebesar 0.312. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial (H_5) yang menyatakan bahwa ada pengaruh selera konsumen terhadap permintaan. Dengan demikian berarti bahwa H_5 selera konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan.

Pengaruh Lokasi Restoran Terhadap Permintaan Makanan Ramen di Gyudonay Surabaya

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel lokasi restoran diperoleh t-hitung sebesar 2.077 dengan nilai signifikansi sebesar $0.040 < 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien variabel lokasi restoran sebesar 0.114. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial (H_6) yang menyatakan bahwa ada pengaruh lokasi restoran terhadap permintaan. Dengan demikian berarti bahwa H_6 lokasi restoran mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

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

1. Variabel harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya, harga makanan ramen di Nihonmaru (*substitut*), pendapatan konsumen, selera konsumen dan lokasi restoran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.

2. Variabel harga makanan ramen di Gyudonay Surabaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.
3. Variabel harga makanan ramen di Nihonmaru (*substitut*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.
4. Variabel pendapatan konsumen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.
5. Variabel selera konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.
6. Variabel lokasi restoran berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.

Saran

1. Bagi pemilik usaha ramen Gyudonay Surabaya harus tetap menjaga kenyamanan dan meningkatkan kualitas makanan ramen di Gyudonay Surabaya karena berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa variabel harga makanan ramen di Nihonmaru (*substitut*) dan selera konsumen sangat berpengaruh untuk meningkatkan permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan melihat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan makanan ramen di Gyudonay Surabaya karena masih terdapat beberapa faktor lain yang belum diteliti oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, S. (2021). *Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/food/read/2021/08/11/210300375/sektor-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia>. Diunduh pada tanggal 25 September.
- Akhmad. (2014). *Ekonomi Mikro (Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha)*. In *Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha* (Issue September 2014).
- Amalijah, E., & Fredy, M. (2023). Pemetaan Restoran Jepang dan Kuliner Milenial di Surabaya. *Jurnal Sakura : Sastra, Bahasa, Kebudayaan Dan Pranata Jepang*, 5(1), 169–188.
- BPS Kota Surabaya. (2020). *Jumlah Rumah Makan/Restoran di Surabaya*.
- Febianti, Y. N. (2014). Permintaan Dalam Ekonomi Mikro. *Edunomic*, 2(1), 1–14.
- Hanafi, F. I., Daris, E., & Rochaeni, S. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tempe Di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren, Tangerang Selatan. *Jurnal Agribisnis*, 8(1), 45–58.
- Mulyani, S. R. (2021). *Metodologi Penelitian*.
- Putro, S. W., Samuel, H., & Brahmana, R. K. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- Ramadhan, S. S., Gunawan, D. S., & Fauzi, P. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pecel Lele Di kalangan Mahasiswa FEB UNSOED. *Klassen*, 2(2), 92–107.

- Rusdi, M. D., & Suparta, M. (2016). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 283–300.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suhardi. (2016). *Pengantar Ekonomi Mikro*.
- Suhardini, I. R. (2020). Faktor Latar Belakang Dan Kecenderungan Kaum Muda Surabaya Dalam Memilih Makanan Jepang Antara Restoran Marugame Udon Dan Yoshinoya. *Japanology*, 8(2), 206–219.
- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar*.
- Suparta, I. M. (2023). Ilmu Ekonomi. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (pp. 43–54).
- Waryono, Abrian, Y., & Suyuthie, H. (2017). Analisis Permintaan Dan Penawaran Makanan Khas Langkitang Di Pantai Padang. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 9(2), 45–57.
- Widarti, P. (2019). *Jumlah Restoran Jepang di Surabaya Tumbuh 10 Persen - 15 Persen*.Bisnis.Com.
<https://surabaya.bisnis.com/read/20191010/532/1157832/jumlah-restoran-jepang-di-surabaya-tumbuh-10-persen-15-persen>. Diunduh pada tanggal 25 September.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN MAKANAN RAMEN DI GYUDONAY SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

10%
SIMILARITY INDEX

8%
INTERNET SOURCES

3%
PUBLICATIONS

5%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 Submitted to Universitas Islam Lamongan 2%
Student Paper

2 repo.bunghatta.ac.id 1%
Internet Source

3 adoc.pub 1%
Internet Source

4 Submitted to stie-pembangunan 1%
Student Paper

5 docobook.com 1%
Internet Source

6 text-id.123dok.com <1%
Internet Source

7 Submitted to British College of Applied Studies <1%
Student Paper

8 natgeotimes.com <1%
Internet Source

123dok.com

9	Internet Source	<1 %
10	ojs.unud.ac.id Internet Source	<1 %
11	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
12	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
13	repository.uksw.edu Internet Source	<1 %
14	etd.unsyiah.ac.id Internet Source	<1 %
15	wnus.edu.pl Internet Source	<1 %
16	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
17	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
18	resepaneka99.blogspot.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off