

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KONSUMEN DEPOT AIR MINUM SEMURIL

Nuranisa Fitri<sup>1</sup>, Kamilah, K<sup>2</sup>, Tri Inda Fadhila Rahma<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email Korespondensi

<sup>1</sup>nifitrg@gmail.com, <sup>2</sup>kamila@uinsu.ac.id, <sup>3</sup>triindafadhila@uinsu.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan dan kualitas layanan terhadap permintaan konsumen depot air minum Semuril. Sampel penelitian ini adalah konsumen depot air minum Semuril, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang yang dipilih dengan menggunakan simple random sampling. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen; (2) pendapatan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen; dan (3) kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen.

**Kata Kunci:** *Harga, Pendapatan, Kualitas Layanan, Permintaan Konsumen, Depot Air Minum.*

### Abstract

*This study aims to determine the effect of price, income, and service quality on consumer demand for Semuril drinking water depot. The sample of this research is the consumers of Semuril drinking water depot, with a total sample of 100 people who were selected using simple random sampling. The analytical method used in this research is a quantitative method with multiple linear regression analysis. The results showed that: (1) price has a significant effect on consumer demand; (2) income does not have a significant effect on consumer demand; and (3) service quality has a significant effect on consumer demand.*

**Keywords:** *Price, Income, Quality of Service, Consumer Demand, Drinking Water Depot*

## PENDAHULUAN

Permintaan merupakan bermacam tipe serta jumlah benda maupun jasa yang diinginkan pembeli pada bermacam tingkat biaya pada periode tertentu dalam pasar. Menurut analisis ekonomi dikira kalau permintaan sesuatu benda paling utama dipengaruhi oleh tingkatan biayanya (Sukirno, 2013). Secara sederhana dapat dikatakan bahwa permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kemampuan untuk membeli suatu barang ataupun jasa pada tingkat harga dan waktu tertentu.

Dalam perekonomian permintaan merupakan hal yang sangat penting untuk mengetahui bagaimana keadaan atau apa yang terjadi dalam suatu pasar. Dalam kehidupan sehari-hari, kita juga selalu melakukan permintaan untuk berbagai barang maupun jasa yang kita butuhkan. Contohnya adalah permintaan terhadap barang pokok kebutuhan sehari-hari untuk bahan makanan dan air minum.

Salah satu kebutuhan manusia yang paling penting adalah air, Air merupakan salah satu sumber kehidupan yang memiliki banyak manfaat untuk keberlangsungan hidup makhluk hidup di bumi. Keberadaan air menjadi sangat penting karena beragam manfaat

yang dimilikinya dapat mempengaruhi sebagian besar aktivitas yang dilakukan makhluk hidup khususnya manusia.

Salah satu depot air minum yang terkenal di Kota Medan adalah depot air minum Semuril, depot air minum semuril sudah memiliki 6 cabang yang tersebar di sekitar Kota Medan sampai Kota Binjai yaitu Semuril Karya, Semuril Bromo, Semuril Mustafa, Semuril Rakyat, Semuril Pelajar, dan Semuril Marelان. Harga yang ditawarkan depot air Semuril relatif lebih tinggi daripada pesaingnya, tetapi hal ini tidak membuat konsumen air minum Semuril berpindah ke depot air minum lain.

Dalam ilmu ekonomi, hukum permintaan mengatakan bahwa terjadi pengaruh timbal balik antara barang yang diminta dengan harga, jika faktor lain tidak mengalami perubahan. Dalam hal ini, hukum permintaan mengatakan: Bila harga suatu barang dan jasa naik, sedangkan harga barang-barang dan jasa lainnya tetap sama, maka konsumen cenderung melakukan substitusi, menggantikan barang atau jasa yang harganya naik dengan barang yang lain (yang mempunyai fungsi sama) yang harganya relatif lebih murah. Hal ini terbentur dengan kenyataan-kenyataan yang terjadi di pasar, salah satunya adalah permintaan konsumen depot air minum isi ulang yang lebih memilih air minum dari depot air minum Semuril daripada depot air minum lainnya yang menawarkan harga yang lebih murah.

Pendapatan dapat dijadikan barometer atau ukuran tingkat kehidupan ekonomi suatu masyarakat, dengan semakin meningkat pendapatan suatu masyarakat di suatu daerah maka semakin tinggi pula kehidupan ekonomi suatu daerah tersebut sehingga kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya semakin tinggi pula.

Perubahan penghasilan konsumen dengan asumsi ceteris paribus pada umumnya dapat mempengaruhi jumlah barang dan jasa yang diminta terutama untuk jenis barang normal dan superior. Kenaikan tingkat pendapatan konsumen rumah tangga akan mendorong kenaikan konsumsi dan sebaliknya penurunan pendapatan rumah tangga akan mendorong berkurangnya konsumsi untuk barang tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk : (1) Menganalisis harga berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen depot air minum Semuril, (2) Menganalisis pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen depot air minum Semuril, (3) Menganalisis kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen depot air minum Semuril.

## **TINJAUAN TEORITIS**

### **Permintaan**

Permintaan adalah jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu (Sarwono dan Sunyoto, 2013). 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 fungsi yang menunjukkan kepada skedul tingkat

pembelian yang direncanakan. Menurut Dimang, permintaan adalah jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada waktu tertentu. Permintaan pasar (*market demand*) adalah sebagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga pada suatu periode tertentu (Dimang, 1998). Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, Pengantar Teori Ekonomi Edisi Kedua, 2005).

Permintaan seseorang akan suatu barang dipengaruhi oleh banyak faktor. Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan menurut Suprayitno: 1) Harga barang itu sendiri, naik atau turunnya harga barang atau jasa akan dipengaruhi banyak/sedikitnya terhadap jumlah barang yang diminta. 2) Pendapatan masyarakat, pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat. tinggi atau rendahnya daya beli masyarakat akan mempengaruhi kuantitas permintaan. 3) Intensitas kebutuhan, mendesak/tidaknya dan penting/tidaknya kebutuhan seorang terhadap barang atau jasa, mempengaruhi jumlah permintaan. 4) Distribusi pendapatan, semakin merata pendapatan, maka jumlah permintaan semakin meningkat. Sebaliknya, pendapatan yang hanya diterima/dinikmati oleh kelompok tertentu maka secara keseluruhan jumlah permintaan akan turun. 5) Pertambahan penduduk, jumlah penduduk akan mempengaruhi jumlah permintaan. Semakin banyak penduduk, maka jumlah permintaan akan meningkat. 6) Selera, faktor kesukaan dan ketidaksukaan konsumen terhadap suatu barang akan mempengaruhi permintaannya terhadap barang tersebut, tanpa melihat keadaan *budget* yang dimilikinya. 7) Barang pengganti, adanya barang pengganti akan berpengaruh terhadap jumlah permintaan (Suprayitno, 2008).

## Perilaku Konsumen

Ada beberapa pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya adalah menurut Mangkunegara, perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan. Menurut Winardi dalam Sumarwan definisi perilaku konsumen adalah perilaku yang ditujukan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa (Subianto, 2007). Perilaku konsumen pada hakikatnya adalah memahami mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan. Schiffman dan Kanuk mengemukakan bahwa studi tentang perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha dan energi). Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen

berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut (Schiffman & Kanuk, 2006).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah sebagai berikut : (1) faktor kebudayaan, faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen (2) faktor sosial, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor social seperti kelompok acuan, keluarga, serta status social (3) faktor pribadi, seperti usia, pekerjaan, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri (4) konsep psikologis, misalnya motivasi, persepsi, pembelajaran dan pendirian (Kotler, 2008).

### **Depot Air Minum Isi Ulang**

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 492/MENKES/PER/IV/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum, Penyelenggara air minum adalah badan usaha milik negara/ badan usaha milik daerah, koperasi, badan usaha swasta, usaha perorangan, kelompok masyarakat dan/ atau individu yang melakukan penyelenggaraan penyediaan air minum. Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia nomor: 651/MPP/Kep/10/2004 tentang Persyaratan Teknis Depot Air Minum dan Perdagangannya Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia, Depot air minum adalah usaha yang melakukan proses pengolahan air baku menjadi air minum dan menjual langsung kepada konsumen.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif berbasis pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen air minum isi ulang Semuril yang berjumlah 3.302 orang dengan jumlah sampel yang diambil dengan cara sampling aksidental sebanyak 100 orang.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Data primer didapat melalui penyebaran angket kepada konsumen Depot air minum Semuril di Marelان. Data sekunder didapat dari PT Semuril Nusantara Indonesia. Metode pengolahan data pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini penulis hanya menganalisis pengaruh faktor-faktor permintaan konsumen dalam penelitian ini yaitu faktor harga, faktor pendapatan dan faktor kualitas layanan terhadap permintaan konsumen. Model persamaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan: Y = Permintaan Konsumen

a = Bilangan konstanta

X<sub>1</sub> = Harga

X<sub>2</sub> = Pendapatan

X<sub>3</sub> = Kualitas layanan

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda perlu dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi pada masing-masing variabel. Kemudian barulah analisis linear berganda dilakukan dengan uji t, uji F dan Uji determinasi. Semua rangkaian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Deskripsi responden merupakan latar belakang yang dimiliki oleh responden itu sendiri. Deskripsi responden ini diperlukan untuk melihat seperti apa *background* para responden dalam penelitian ini, dimana karakteristik responden yang difokuskan kepada jenis kelamin, usia dan jumlah pembelian produk. Hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

**Tabel 1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Orang	Persentase
Perempuan	43 Orang	43%
Laki-laki	57 Orang	57%
Jumlah	100 Orang	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan jenis kelamin, didapatkan hasil responden perempuan sebanyak 43% dan sisanya responden laki-laki sebanyak 57% dimana penelitian ini menggunakan responden sebanyak 100 orang. Jumlah responden laki-laki yang lebih banyak menunjukkan bahwa banyak laki-laki yang melakukan pembelian air minum isi ulang di depot Semuril.

**Tabel 2 : Karakteristik Responden Menurut Usia**

Usia	Banyak (Orang)	Persentase
< 20 Tahun	3 Orang	3%
21 – 30 Tahun	41 Orang	41%
31 – 40 Tahun	38 Orang	38%
> 40 Tahun	18 Orang	18%
Jumlah	100 Orang	100%

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan usia yang dimiliki responden, dari sampel yang sudah diambil sebanyak 100 responden dengan pembagian 4 kelompok usia. Dapat dilihat bahwa Sebagian besar responden berusia 21 – 30 tahun sebanyak 41 orang (41%), responden berusia 31 – 40 tahun sebanyak 38 orang (38%), responden berusia diatas 40 tahun sebanyak 10 orang (10%), dan responden berusia dibawah 20 tahun sebanyak 3 orang (3%).

**Tabel 3 : Karakteristik Responden Menurut Frekuensi Pembelian Produk**

Frekuensi Pembelian	Orang	Persentase
1 5 Kali	23 Orang	23 %
6 10 Kali	36 Orang	36 %
11 15 Kali	24 Orang	24%
16 20 Kali	17 Orang	17%
Jumlah	100 Orang	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan jumlah penghasilan responden, dari sampel yang sudah diambil sebanyak 100 responden dengan pembagian 4 tingkatan. Dapat dilihat bahwa sebagian besar sebanyak 36 orang responden (36%) melakukan pembelian produk dari 6 10 kali dalam sebulan, diikuti sebanyak 24 orang responden (24%) melakukan pembelian produk dari 11 15 kali dalam sebulan, sebanyak 23 orang responden (23%) melakukan pembelian produk dari 1 5 kali dalam sebulan, sebanyak 17 orang responden (17%) melakukan pembelian produk dari 16 20 kali dalam sebulan.

#### Hasil Uji Asumsi Klasik

Sarjono dan Julianta (2011: 53) berpendapat bahwa kriteria sebuah model yang baik adalah jika memenuhi asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi dan multikolinearitas. Hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data memiliki distribusi normal atau tidak. Data yang telah diperoleh diuji normalitasnya menurut variabel-variabel penelitian. Uji normalitas yang digunakan adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) (Ghozali, 2005).

**Tabel 4: Hasil Pengujian Normalitas**

One-Sample Kolmogorov Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.08726029
	Absolute	.060
Most Extreme Differences	Positive	.048
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.595
Asymp. Sig. (2-tailed)		.871

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada *Asymptotic Sig* sebesar 0.871 yang dapat dikatakan nilai *Asymptotic Sig* 0.871 lebih besar daripada 0.05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

b. Uji heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2012). Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas atau tidak. Ada beberapa cara yang digunakan untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi, namun pada penelitian metode yang digunakan menggunakan uji Glejser.

**Tabel 5 : Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Stand ardized Coefficient s	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3.092	2.188		1.413	.161
Harga	-.032	.085	-.039	-.380	.705
Pendapatan	-.003	.069	-.004	-.043	.966
Kualitas Layanan	-.029	.051	-.058	-.568	.571

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

Berdasarkan table 4.13 hasil pengujian menggunakan metode uji Glejser dengan masing-masing nilai sig. sebagai berikut, harga 0.705, pendapatan 0.966 dan kualitas layanan 0.571. maka dapat disimpulkan bahwa semua variable memiliki nilai sig. yang lebih besar dari 0.05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode-t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji *durbin watson* dengan

membandingkan nilai *durbin watson* hitung (*d*) dengan nilai *durbin watson* tabel, yaitu batas atas (*du*) dan batas bawah (*dL*). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut (Ghozali, 2012):

1. Jika  $0 < d < dL$ , maka terjadi autokorelasi positif.
2. Jika  $dL < d < du$ , maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.
3. Jika  $d - dL < d < 4$ , maka terjadi autokorelasi negatif.
4. Jika  $4 - du < d < 4 dL$ , maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.
5. Jika  $du < d < 4 du$ , maka tidak terjadi autokorelasi positif maupun negative.

**Tabel 6 : Nilai Durbin-Watson  
 Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.358 <sup>a</sup>	.129	.101	2.120	1.858

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Pendapatan

b. Dependent Variable: Permintaan

Sumber: Data Olahan SPSS, 2021

**Tabel 7: Hasil Pengujian Autokorelasi**

d	Dl	Du	4 dl	4 du
1.858	1.613	1.736	2.387	2.264

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan table 4.15 hasil pengujian *Durbin Watson* adalah 1.858, dengan  $1.736 < 1.858 < 2.264$ , dimana hasil tersebut sesuai dengan kriteria no.5. Maka dapat disimpulkan bahwa semua data dalam penelitian ini terbebas dari autokorelasi.

d. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*.

**Tabel 8 : Hasil Pengujian Multikolinearitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.957	3.656		1.356	.178		
	Harga	.333	.142	.224	2.344	.021	.994	1.006
	Pendapatan	-.096	.115	-.080	-.837	.405	.987	1.014
	Kualitas Layanan	.238	.085	.269	2.802	.006	.988	1.012

a. Dependent Variable: Permintaan

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan table 4.16 menunjukkan bahwa baik harga, pendapatan, dan kualitas layanan mempunyai nilai *tolerance* yang lebih besar dari  $> 0.10$  dan nilai VIF yang lebih kecil dari  $< 10.00$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh data terbebas dari multikolinearitas.

## Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	t-Test	F-Test	R <sup>2</sup>
Konstanta	4.957			
X <sub>1</sub>	0.333	2.344	4.719	0.129
X <sub>2</sub>	-0.096	-0.837		
X <sub>3</sub>	0.238	2.802		

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan data di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga (X<sub>1</sub>) memberikan pengaruh sebesar 0.333 terhadap jumlah permintaan konsumen depot air minum Semuril (Y). Yang artinya setiap peningkatan variabel harga akan meningkatkan permintaan konsumen. Sedangkan setiap penurunan variabel harga, akan disertai penurunan permintaan konsumen.

Sedangkan variabel pendapatan (X<sub>2</sub>) memberikan pengaruh negative sebesar 0.096 terhadap jumlah permintaan konsumen depot air minum Semuril (Y). Namun, hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak memberikan pengaruh kepada variabel permintaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien pendapatan tidak memberikan pengaruh kepada peningkatan maupun penurunan variabel permintaan.

Dan untuk variabel kualitas layanan (X<sub>3</sub>) memberikan pengaruh sebesar 0.238 terhadap jumlah permintaan konsumen depot air minum Semuril (Y). Yang artinya setiap peningkatan variabel kualitas layanan akan meningkatkan permintaan konsumen. Sedangkan setiap penurunan variabel kualitas layanan, akan disertai penurunan permintaan konsumen.

### 1. Uji t (t-test)

Uji t pada dasarnya menunjukkan pengaruh satu variabel penjelas/independen dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya bernilai tetap.

#### a) Pengujian terhadap variabel harga

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan maka nilai t hitung dari variabel harga (X<sub>1</sub>) adalah sebesar 2.344 dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$  taraf nyata 5%:  $2 = 2.5\%$  maka diperoleh t tabel sebesar 1.988. Dari hasil diatas nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu ( $2.344 > 1.988$ ) yang artinya H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen depot air minum Semuril.

b) Pengujian terhadap variabel pendapatan

Perhitungan hipotesa pada variabel pendapatan ( $X_2$ ) memiliki hasil sebesar  $-0,837$  nilai ini menunjukkan hasil pengujian t hitung lebih kecil dari nilai t tabel yaitu ( $-0,837 < 1,988$ ) yang artinya  $H_0$  diterima, dengan dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan konsumen depot air minum Semuril.

c) Pengujian terhadap variabel kualitas layanan

Perhitungan hipotesa pada variabel pendapatan ( $X_2$ ) memiliki hasil sebesar  $2,802$  nilai ini menunjukkan hasil pengujian t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu ( $2,802 > 1,988$ ) yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen depot air minum Semuril.

## 2. Uji F dan Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Berdasarkan tabel output uji F diatas, diketahui nilai F hitung adalah sebesar  $4,719$ , untuk mencari F tabel dengan menggunakan rumus  $F_{tabel} = (k; n-k-1) = (3; 100-3-1 = 96)$  taraf nyata  $5\%$  maka diperoleh t tabel sebesar  $2,70$ . karena nilai  $F_{hitung} 4,719 >$  nilai  $F_{tabel} 2,70$ , maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain variabel harga ( $X_1$ ), pendapatan ( $X_2$ ) dan kualitas layanan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh terhadap permintaan konsumen (Y).

Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R square adalah sebesar  $0,129$ . nilai R square  $0,129$  ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau R, yaitu  $0,358^2 = 0,129$ . besarnya angka koefisien determinasi adalah  $0,129$  atau sama dengan  $12,9\%$ . angka tersebut mengandung arti bahwa variabel harga ( $X_1$ ), variabel pendapatan ( $X_2$ ) dan variabel kualitas layanan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh terhadap variabel prestasi (Y) sebesar  $12,9\%$ . Sedangkan sisanya ( $100\% - 12,9\% = 87,1\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa 1) harga memiliki pengaruh positif dan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen depot air minum. Ini menggambarkan bahwa semakin terjangkau harga suatu produk maka semakin tinggi permintaan akan produk tersebut 2) pendapatan konsumen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan konsumen. Hal ini terjadi karena air minum merupakan kebutuhan pokok masyarakat sehingga perubahan pendapatan dan pengeluaran masyarakat tidak akan mempengaruhi jumlah permintaan air minum, khususnya pada konsumen Depot Air Minum Semuril 3) kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen. Ini menggambarkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan perusahaan maka akan semakin tinggi pula permintaan konsumen akan produk.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini maka penulis dapat menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang diduga mempengaruhi permintaan konsumen depot air minum Semuril adalah faktor harga dan faktor kualitas layanan, sedangkan faktor pendapatan tidak memberikan pengaruh terhadap permintaan konsumen. Faktor yang paling dominan mempengaruhi permintaan konsumen depot air minum Semuril adalah kualitas layanan. Sedangkan apabila dilihat secara keseluruhan faktor harga, pendapatan dan kualitas layanan mempengaruhi permintaan konsumen depot air Semuril secara bersama-sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dimang. (1998). *Sajian Dasar Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Bina Aksara.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Milleium diterjemahkan oleh Benyamin Molan*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Schiffman, L. G dan Kanuk, Leslie Lazar. (2006). *Perilaku Konsumen Edisi Ke-7 Diterjemahkan oleh Zulkifli Kasip*. Jakarta: PT Indeks.
- Sarwono, & Sunyoto. (2013). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: CAPS.
- Subianto, T. (2007). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Kepuasan Pembelian*. Jurnal Ekonomi Modernisasi. Vol. 3 No. 3. OKtober 2007.
- Sukirno, S. (2005). *Pengantar Teori Ekonomi Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suprayitno, E. (2008). *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 492 Tahun 2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum.
- Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 651 Tahun 2004 tentang Persyaratan Teknis Depot Air Minum dan Perdaganganannya.

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERMINTAAN KONSUMEN DEPOT AIR MINUM SEMURIL**

Nuranisa Fitri, Kamilah, K, Tri Inda Fadhila Rahma

DOI: <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i3.21>

ISSN 2809-8544

