

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAAN PROVIDER INTERNET INDIHOME WILAYAH DENPASAR

Kadek Arie Fiantara¹ Candra Fajri Ananda²

Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Brawijaya Malang

Jl. MT. Haryono 165, Malang 65145, Indonesia

fiantara.univ@gmail.com , cfajri@ub.ac.id

ABSTRAK

PT. Telekomunikasi Indonesia.Tbk sebagai perusahaan penyedia layanan telekomunikasi terbesar di Indonesia mempunyai pelanggan sebesar selular sebanyak 104 juta kemudian telepon tetap sebanyak 15 juta. Besarnya kebutuhan akan telekomunikasi dan internet di Indonesia mengeluarkan inovasi layanan bernama Indihome. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh faktor-faktor variabel ekonomis terhadap permintaan indihome di wilayah Denpasar. Dalam penelitian ini menggunakan model *path analysis*, data primer diolah dan serta metode survei sebagai alat pengambilan sampel. Sample penelitian ini menggunakan rumah tangga pengguna indihome. Tujuan penggunaan analisis jalur dalam penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh lain di luar dependen serta independen yakni harapan masyarakat sebagai variabel antara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan, jumlah anggota keluarga, harga indihome, harga barang substitusi secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap harapan masyarakat. Kemudian pendapatan, jumlah anggota keluarga, harga indihome berpengaruh signifikan terhadap permintaan indihome di wilayah Denpasar, sedangkan harga barang substitusi tidak berpengaruh signifikan terhadap indihome. Harapan masyarakat sebagai variabel intervening dapat menjadi jembatan harapan masyarakat terhadap kepuasan layanan internet yang telah disediakan indihome.

Kata Kunci: *telkom indonesia, permintaan indihome, pendapatan, harga indihome, analisis jalur, bumh*

ABSTRACT

PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk is the largest telecommunications service provider in Indonesia has 104 million cellular and 15 million fixed telephones subscribers. The great need for telecommunications and the internet in Indonesia launched a service innovation called Indihome. This study aims to prove the influence of economic variable factors on indihome demand in the Denpasar area. In this study using the path analysis model, primary data is processed and survey methods as a sampling tool. The sample of this study used indihome household users. The purpose of using path analysis in this study is to examine other influences beyond the responsibility and independence of community expectations as an intermediate variable. The results of this study indicate that income, family members, indihome prices, subtitle prices together have a significant impact on people's expectations. Then income, number of family members, indihome prices have a significant impact on indihome demand in the Denpasar area, while subtitle prices do not have a significant impact on indihome. Public expectations as an intervening variable can serve as a bridge to people's expectations for satisfaction of internet services provided by indihome. Keywords: *telkom indonesia, indihome demand, income, indihome price, path analysis, bumh*

PENDAHULUAN

Sejak Masa Hindia Belanda perusahaan telekomunikasi Indonesia sudah ada dan tergabung dalam pihak swasta dari Hindia Belanda bernama badan usaha *Post en telegraaf* dengan Staats blaad no 52 tahun 1884. Telah berdiri telah Sejak tahun 1905 perusahaan telekomunikasi berjumlah 38 perusahaan. Pada tahun berikutnya pemerintah Hindia Belanda mengakuisisi perusahaan tersebut atas dasar *staatsblaad* tahun 1906. Dan sejak itu berdirilah *Post, Telegraf en Telefoon Dien* dan perusahaan ini ditetapkan sebagai perusahaan negara berdasar *staatsblaad* no.419 tahun 1927 tentang Indonesia *bedrijven wet* (Telkom Indonesia, 2018) Seiring dengan pertumbuhan pesat pelayanan jasa telex dan telepon. Untuk memisahkan telekomunikasi dan industri pos, pemerintah Indonesia mengeluarkan peraturan pemerintah no. 30 pada tanggal 6 Juli 1965 dalam memisahkan perusahaan negara yang bergerak dalam bidang postel, pos & giro serta telekomunikasi dalam pengembangan portofolio bisnisnya masing-masing. Terbentuknya perusahaan negara di bidang telekomunikasi menjadi dasar dari Telkom saat ini. Sejak tahun 2016 Telkom Indonesia menetapkan tanggal 6 Juli 1965 sebagai hari lahir PT. Telkom Indonesia Tbk. Sebanyak 52,09% dari saham Telkom Indonesia dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan sisanya sebanyak

Berdasarkan survei pada tahun 2017 yang dirilis APJII, persebaran para pengguna internet di kota/kabupaten terpusat di area urban dengan presentase 72,41% rural urban (49,49%), dan rural (48,25%). Aktivitas dari penggunaan internet ditopang oleh infrastruktur dan ketersediaan fiber optic itu sendiri. Survei ini berkaitan dengan penetrasi pengguna internet secara total di Indonesia yang tumbuh tipis hampir 143,26 juta jiwa atau 56,68% dari total populasi kenaikan tipis ini lantaran pertumbuhan penetrasi internet di urban sudah melamban karena dukungan infrastrukturnya yang semakin membaik Berbanding terbalik dengan kondisi di rural

47,91% dimiliki oleh publik. Saham PT Telkom Indonesia Tbk sendiri diperdagangkan pada Bursa Efek Indonesia menggunakan kode "TLKM" sedangkan untuk New York Stock Exchange menggunakan kode "TLK" (Telkom Indonesia, 2018)

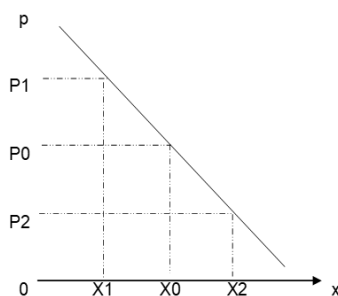
Dengan pelanggan telepon selular sebanyak 104 juta kemudian telepon tetap sebanyak 15 juta Telkom dapat dikatakan sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Republik Indonesia juga dengan saham mayoritas yang dimiliki negara menjadikan Telkom sebagai badan usaha milik negara. Telkom juga menjadi pemegang saham mayoritas di 13 anak perusahaan, termasuk PT Telekomunikasi Selular (Febrian, 2016) Telkom Group melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan layanan lengkap telekomunikasi yang mencakup fixed wireline dan wireless connections, komunikasi bidang seluler, pelayanan jaringan, jasa internet dan komunikasi data. Indihome merupakan satu dari beragam produk layanan yang dilahirkan Telkom Group yakni layanan terpadu termasuk layanan komunikasi data dan berbagai entertainment. Produk yang mencakup triple play adalah internet on Fiber, UseeTV dan juga telepon rumah. Indihome juga dilengkapi dengan beragam layanan tambahan atau add on yang dapat dipilih sesuai keinginan dan kebutuhan pelanggan seperti wifi.id, tren micro, antivirus, indihome view dan telepon mania (Indihome, 2018).

urban dan urban. (APJII, 2017) lantaran pertumbuhan penetrasi internet di urban sudah melamban karena dukungan infrastrukturnya yang semakin membaik Berbanding terbalik dengan kondisi di rural urban dan urban. (APJII, 2017). Dari latar belakang yang telah dijabarkan maka dapat disimpulkan bahwa luasnya pasar pengguna jasa internet Indonesia peneliti berkeinginan untuk meneliti keterkaitan variabel ekonomis dan juga keterkaitan harapan masyarakat terhadap permintaan Indihome

Tinjauan Pustaka & Hipotesis Konsep Permintaan

Hukum permintaan menyatakan harga berbanding terbalik dengan jumlah barang yang diminta artinya jika harga suatu barang naik jumlah barang yang diminta akan turun. Sebaliknya, bila harga barang tersebut turun maka jumlah barang yang diminta akan naik (Marshall, 1890) Para ahli ekonomi menyederhanakan analisis permintaan dengan asumsi bahwa permintaan suatu barang dipengaruhi harga barang itu sendiri dan faktor-faktor lainnya dianggap ceteris paribus hal ini dikarenakan sangat sukar untuk menganalisis seluruh faktor permintaan secara bersama-sama (Nuhfil, 2004) Adapun keputusan suatu rumah tangga (Fair, 2008) tentang kuantitas output atau produk tertentu yang akan dimintanya tergantung pada sejumlah faktor yang meliputinya yaitu harga produk yang bersangkutan, Pendapatan yang tersedia bagi rumah tangga itu, Jumlah akumulasi kekayaan rumah tangga, harga barang lain yang tersedia untuk rumah tangga itu, selera dan Preferensi rumah tangga itu, ekspektasi masa depan tentang kekayaan dan harga di masa mendatang sebuah rumah tangga, Pendapatan suatu rumah tangga

Gambar 1 Fungsi Permintaan



Sumber: Ilustrasi Penulis

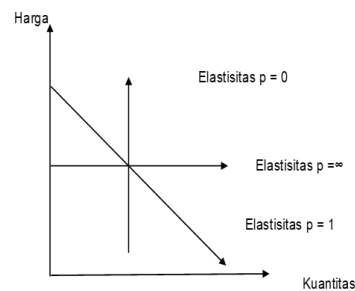
Bisa dilihat dari gambar tersebut bahwa jika harga turun dari P_0 ke P_1 maka jumlah yang diminta akan bertambah dari X_0 ke X_1 . Lalu jika harga naik dari P_0 ke P_2 maka jumlah

yang diminta akan berkurang dari X_0 ke X_2 .

Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan menurut (Manurung, 2008) adalah suatu kajian yang mengukur reaksi persentase perubahan barang yang dikonsumsi akibat adanya perubahan salah satu faktor yang memengaruhinya seperti, harga barang itu sendiri, harga barang lain dan, pendapatan dimana faktor-faktor lain dianggap konstan (ceteris paribus). Elastisitas yang diukur oleh harga barang itu sendiri adalah elastisitas harga, elastisitas diukur dengan harga barang lain adalah elastisitas silang, dan elastisitas yang diukur oleh pendapatan adalah elastisitas pendapatan. **Gambar 2**

Elastisitas Permintaan



Sumber: Ilustrasi Penulis

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan

Menurut (Sukirno, Mikro Ekonomi Teori Pengantar, 2005) Permintaan seseorang atau suatu masyarakat terhadap suatu barang ditentukan oleh banyak faktor, dimana faktor yang terpenting adalah dinyatakan sebagai berikut yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain yang berhubungan dekat dengan barang itu, pendapatan rata-rata yang dimiliki oleh masyarakat dan rumah tangga, corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, cita rasa masyarakat, jumlah penduduk, prediksi terhadap keadaan yang akan terjadi di masa yang datang. Dalam analisis diasumsikan jika faktor-faktor mengalami ceteris paribus atau faktor-faktor lain dianggap tetap namun bukan berarti dapat mengabaikan faktor-faktor yang dianggap tetap itu. Setelah

menganalisis hubungan antara jumlah permintaan dan tingkat harga maka selanjutnya boleh mengasumsikan bahwa harga adalah tetap dan kemudian menganalisis bagaimana permintaan suatu barang dipengaruhi oleh berbagai faktor

Teori Pendapatan

Teory Ernst Engel (1857) mengatakan ketika tingkat pendapatan meningkat maka proporsi pendapatan yang akan dihabiskan untuk membeli makanan akan berkurang atau menurun. Hal ini disebabkan bahwa ukuran kesejahteraan seseorang dikatakan meningkat jika pengeluaran yang digunakan untuk konsumsi makanan cenderung menurun jika dibandingkan terhadap pengeluaran, sebaliknya jika pengeluaran konsumsi non makanan akan meningkat. Adapun faktor-faktor yang menimbulkan pergeseran permintaan tingkat konsumsi, diantaranya:

- Tingkat pendapatan perkapita keluarga tersebut
- Cita rasa maupun selera konsumen pada barang tersebut
- Harga barang lain terutama barang yang sifatnya pelengkap dan pengganti
- Anggapan konsumen terhadap harga barang tersebut

Teori Jumlah Anggota Keluarga

Selain itu jumlah anggota keluarga mempengaruhi pendapatan dan tingkat konsumsi. Jumlah anggota keluarga yang meningkat berarti semakin banyak pula kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi oleh rumah tangga tersebut. Sebaliknya, jika anggota keluarga yang mempunyai jumlah lebih sedikit berarti semakin sedikit kebutuhan yang harus dipenuhi oleh rumah tangga tersebut. Banyaknya anggota keluarga menyebabkan pola konsumsi keluarga akan semakin bervariasi karena masing-masing anggota keluarga belum tentu memiliki pola konsumsi yang sama (Adiana, Karmini, 2012). Menurut (Todaro,

lainnya. Oleh karena itu dapat diketahui jika cita rasa, pendapatan atau harga barang-barang lain mengalami perubahan permintaan terhadap suatu barang akan mengalami perubahan pula. (Sukirno, 2005)

1987) Semakin banyak jumlah anggota keluarga semakin besar pula kebutuhan yang dipenuhi. Sehingga terjadilah ketidakseimbangan antara kewajiban untuk memenuhi kebutuhan dan penerimaan pendapatan yang tidak mencukupi serta keluarga tersebut berada pada keadaan miskin atau tidak seimbang. Sedangkan jumlah anggota keluarga yang masih menjadi tanggungan dari keluarga tersebut adalah jumlah tanggungan keluarga, baik saudara kandung maupun saudara bukan kandung yang tinggal dalam satu rumah namun belum bekerja. Jumlah tanggungan dapat menjadi harapan dari sebuah keluarga karena dapat menyelamatkan mereka dari keterpurukan (Steinmetz, 1987). **Teori Barang Substitusi**

Menurut Sugiarto (2002) barang substitusi adalah barang yang dapat mengganti fungsi barang yang lain. Dalam penelitian ini barang substitusi dari indihome sendiri adalah penyedia layanan internet broadband lain selain Indihome. Jika responden lebih memilih barang responden daripada indihome sebagai penyedia layanan internet maka indihome bersifat elastis atau sebaliknya. Ketika peningkatan harga suatu barang memiliki hubungan positif dan menyebabkan permintaan barang lain meningkat, dapat dikatakan bahwa barang tersebut adalah barang substitusi. Turunnya harga suatu barang menyebabkan penurunan terhadap permintaan barang substitusi. Suatu barang yang bisa bertindak sebagai pengganti satu sama lain dapat dikatakan barang substitusi. Barang substitusi dari indihome adalah provider penyedia layanan internet broadband lainnya yang mampu menyediakan internet broadband berlangganan.

Permintaan Internet Broadband & Indihome

PT. Telkom Indonesia adalah salah satu perusahaan yang menyediakan layanan telekomunikasi di Indonesia. Layanan yang ditawarkan oleh Telkom group adalah layanan yang terdiri dari data, komunikasi suara maupun IPTV (*triple play service*) dengan produk yang disebut IndiHome. Layanan tersebut menggunakan akses broadband dan dapat didapatkan melalui berlangganan satu jenis media koneksi saja.

Hal tersebut membutuhkan sebuah perangkat yang dapat menyalurkan layanan *triple play service* pada pelanggan. Melalui anak perusahaannya yaitu PT. Telkom Akses (Savitri, 2016) Penggabungan tiga layanan yaitu, Telepon (VoIP), TV (IPTV), Data (internet). Layanan indihome yang menggabungkan tiga layanan disebut dengan triple play yang merupakan salah satu layanan PT. Telkom Indonesia dibawah arahan IndiHome.

Permintaan Internet Broadband & Indihome

PT. Telkom Indonesia adalah salah satu perusahaan yang menyediakan layanan telekomunikasi di Indonesia. Layanan yang ditawarkan oleh Telkom group adalah layanan yang terdiri dari data, komunikasi suara maupun IPTV (*triple play service*) dengan produk yang disebut IndiHome. Layanan tersebut menggunakan akses broadband dan dapat didapatkan melalui berlangganan satu jenis media koneksi saja. Hal tersebut membutuhkan sebuah perangkat yang dapat menyalurkan layanan *triple play service* pada pelanggan. Melalui anak perusahaannya yaitu PT. Telkom Akses (Savitri, 2016) Penggabungan tiga layanan yaitu, Telepon (VoIP), TV (IPTV), Data (internet). Layanan indihome yang menggabungkan tiga layanan disebut dengan triple play yang merupakan salah satu layanan PT. Telkom Indonesia dibawah arahan IndiHome.

Harapan Masyarakat

Menurut (Zeithaml, 1993) zeithaml menemukan bahwa harapan pelanggan terhadap kualitas suatu

barang jasa dibentuk dari beberapa faktor yaitu Enduring Service Intensifiers, Personal Needs, Transitory Service Intensifiers, Perceived Service Alternatives, Self Perceived Roles, Situational Factor, Explicit Service, Promise Implicit Service Promise, Word Of Mouth, Past Experience.

Metode Penelitian Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian berjenis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri satu ataupun lebih variabel independen tanpa membuat perbandingan maupun menghubungkan variable satu dengan lainnya. (Sugiyono, 2012) berdasarkan teori yang telah dijabarkan tersebut penelitian deskriptif kuantitatif merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Metode deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran tentang responden kota Denpasar dalam hubungannya terhadap permintaan indihome sesuai fakta-fakta empiris yang terjadi di lapangan.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini di lakukan di wilayah kota madya Denpasar , ibukota provinsi bali. Dipilihnya kota Denpasar sebagai tempat penelitian adalah dikarenakan pusat pemerintahan yang terletak di kota Denpasar, aktifitas bisnis serta Kawasan dengan jumlah penduduk terpadat di provinsi Bali. Bali sebagai pusat destinasi pusat pariwisata juga sebagai wilayah yang mengeliat acara-acara internasional seperti *imf worldbank* dan juga konferensi-konferensi internasional lainnya menuntut jaringan komunikasi yang lancar stabil, dimana indihome sebagai penyedia layanan internet yang mempunyai tanggung jawab

untuk menjadi tumpuan utama layanan telpon dan jaringan internet.

Jenis dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian diperlukan berbagai data sebagai sumber informasi yang dapat menguatkan hasil dari analisis yang akan dilakukan oleh peneliti. Data yang diperlukan oleh penelitian adalah data Primer dimana langsung diteliti oleh peneliti yang dikumpulkan dan diperoleh dari subyek penelitian yakni responden yang berasal dari kota Denpasar. (Sugiyono, Metode Penelitian R&D, 2012)

Metode Pengumpulan Data

Teknik sampling merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk mengambil sampel. Untuk menentukan sampel terdapat berbagai macam teknik sampel yang dapat digunakan dalam penelitian. (Sugiyono, Metode Penelitian R&D, 2012) Dalam penelitian ini menggunakan Penelitian ini menggunakan acuan teknik nonprobability sampling yaitu teknik *purposive sampling*.

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (Warga Kota Denpasar) d^2 = Persentase kesalahan sampel, dalam penelitian ini 5%

e = margin error % $n = N / (1 + (N \times e^2))$
 minimum error dalam metode slovin ini adalah 1%, jadi perhitungan sampel yang akan diteliti menurut metode slovin dengan margin error sebesar 5% adalah

$$x = \frac{914,300}{(1 + (914,300 \cdot 0.10^2))} = \frac{914.300}{9143} = 100$$

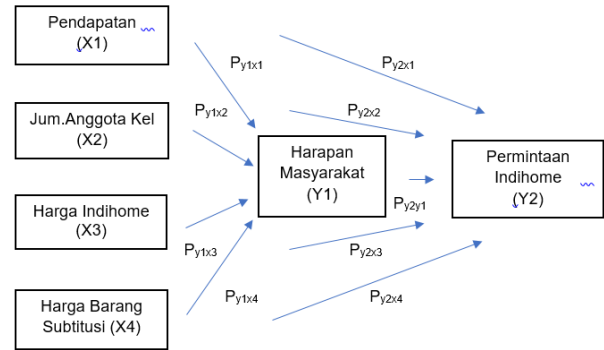
Pembulatan keatas menjadi 100 sample penelitian, Pengumpulan data dari individu sample adalah menggunakan penyebaran angket dan juga *google form*.

Metode Path Analysis

Analisis jalur adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui

besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap hubungan kausal antar variabel X_1 , X_2 , X_3 terhadap Y serta pengaruhnya terhadap variabel Z (Kuncoro, 2008)

Gambar 3



Sumber: Ilustrasi penulis

Untuk menjelaskan setiap koefisien jalur pada sebuah diagram jalur dapat dimana koefisien-koefisien ditulis sebagai berikut:

P_{y1x1} : adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_1 terhadap Y_1

P_{y1x2} : adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_2 terhadap Y_1

P_{y1x3} : adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_3 terhadap Y_1

P_{y1x4} : adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_4 terhadap Y_1

P_{y2x1} : adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_1 terhadap Y_2

P_{y2x2} : adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_2 terhadap Y_2

P_{y2x3} : adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_3 terhadap Y_2

P_{y2x4} : adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung X_4 terhadap Y_2

P_{y2y1} : adalah koefisien jalur untuk pengaruh langsung Y_1 terhadap Y_2

Kemudian Adapun persamaan dari pengaruh independen terhadap intervening dan dependen dalam diagram jalur pada gambar 3 dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$X \rightarrow Y1 = \beta_0 + \beta_{1X1} + \beta_{2X2} + \beta_{3X3} + \beta_{4X4} + u \dots\dots\dots(P1)$$

$$X \rightarrow Y2 = \beta_0 + \beta_{1X1} + \beta_{2X2} + \beta_{3X3} + \beta_{4X4} + u \dots\dots\dots(P2)$$

$$Y1 \rightarrow Y2 = \beta_0 + \beta_{1Y1} + u \dots\dots\dots(P3)$$

Pada persamaan 1 (P1) menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap intervening (Y1). Kemudian pada persamaan 2 (P2) menjelaskan pengaruh langsung independen terhadap dependen (Y2). Kemudian persamaan 3 menunjukkan pengaruh langsung intervening (Y1) terhadap dependen (Y2). Persamaan keseluruhan Intervening (Y1) = P2 + (P1 * P3)

Uji Persyaratan Analisis Uji Normalitas

Data yang berdistribusi normal dianggap layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut. Untuk membuktikan model-model dalam penelitian ini layak digunakan uji normalitas KolmogorovSmirnov. Kemudian data dapat dikatakan berdistribusi normal, apabila :

- 1) Jika nilai signifikansi > 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi < 0,05, maka data tersebut tidak dikatakan berdistribusi normal

Tabel 1

Uji One-Sample Kolmogorov – Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Kolgomorov Smirnov	.481
Asymp. Sig. (2-tailed)	.975

Sumber: data primer diolah

Hasil menunjukkan bahwa uji Kolgomorov Smirnov menunjukkan angka 0.481 dan nilai Asymp. Sig.(2-tailed)

sebesar 0.975. Jika menggunakan tingkat signifikansi diatas 0.05 maka dapat disimpulkan maka data terdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas Glejser

Uji asumsi heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik

Heterokedastisitas yakni adanya ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Hasil uji dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 2

Uji Heterokedastisitas Glejser

Variabel	Signifika nsi	Sig	Keterang an
Pendapat an	.855	0.05	Negatif
Jumlah Anggota Keluarga	.089	0.05	Negatif
Harga Indihome	.211	0.05	Negatif
Harga Barang Subtitusi	.104	0.05	Negatif
Harapan Masyara kat	.138	0.05	Negatif

Sumber: Data primer diolah

Dari seluruh variabel yang diuji menggunakan metode glejser tidak terdapat gejala heterokedastisitas dalam model.

Uji reliabilitas.

Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut sudah reliabel

Tabel 3

Uji Reliabilitas Variabel

N o.	Variabel	Koefisien
1	Pendapatan (X1)	0.817
2	Jumlah Anggota keluarga (X2)	0.732
3	Harga Indihome (X3)	0.822
4	Harga Barang Substitusi (X4)	0.865
5	Harapan Masyarakat (Y1)	0.642
6	Permintaan Indihome (Y2)	0.681

Sumber: Data primer diolah

Dari table uji realibilitas diketahui bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka seluruh variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen atau variabel bebas. Suatu regresi dikatakan bebas dari multikoloniaritas jika mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10 dan mempunyai nilai tolerance di atas 0,10 (Santoso, 2003). Hasil pengujian VIF dari model regresi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4 Tabel Uji Multikolinearitas Terhadap Intervening

Variabel	Collinearity Statistics		Gejala Multikolinearitas
	Tolerance	VIF	
X1	.568	1.762	Tidak Terdapat
X2	.517	1.935	Tidak Terdapat
X3	.693	1.443	Tidak Terdapat

X4	.568	1.759	Tidak Terdapat
Y1	.483	2.069	Tidak Terdapat

Sumber: data primer diolah

Tabel 5

Uji Multikolinearitas Terhadap Intervening

Variabel	Collinearity Statistics		Gejala Multikolinearitas
	Tolerance	VIF	
X1	.568	1.762	Tidak Terdapat
X2	.517	1.935	Tidak Terdapat
X3	.693	1.443	Tidak Terdapat
X4	.568	1.759	Tidak Terdapat
Y1	.483	2.069	Tidak Terdapat

Sumber: data primer diolah

Dari hasil data uji multikolinearitas seluruh data tidak ada yang mengalami gejala multikol dilihat dari nilai VIF yang berada diatas 1 dan dibawah 10 dan seluruh nilai tolerance yang berada diatas 0.10

Hasil & Pembahasan

Tabel 6

Hasil Uji Koefisien Jalur terhadap Harapan Masyarakat

Koefisien Jalur (Beta)	t hitung	Sig.
0.204	2.211	0.029
0.217	2.241	0.027
0.174	2.072	0.041
0.343	3.901	0.000

Sumber: data primer diolah

Persamaan I : $Y = 0,204 X_1 + 0,217 X_2 + 0,174 X_3 + 0,343 X_4$

a. Pengujian Hipotesis Koefisien Jalur Pendapatan terhadap Harapan Masyarakat

H₁ : Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap Harapan Masyarakat.

Tabel menunjukkan variabel Pendapatan terhadap Harapan Masyarakat memiliki nilai t hitung sebesar 1.984 < 2.211 dan probabilitas sebesar 0,029 (p<0,05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak, berarti hipotesis yang menyatakan Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap Harapan Masyarakat diterima.

b. Pengujian Koefisien Jalur Jumlah Anggota Keluarga terhadap Harapan Masyarakat

H₂ : Jumlah Anggota Keluarga berpengaruh signifikan terhadap Harapan Masyarakat.

Tabel menunjukkan Nilai t hitung sebesar 1.984 < 2,241 dan probabilitas sebesar 0,027 (p<0,05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak, berarti hipotesis yang menyatakan Jumlah Anggota Keluarga berpengaruh signifikan terhadap Harapan Masyarakat diterima.

c. Pengujian Koefisien Jalur Harga Indihome terhadap Harapan Masyarakat

H₃ : Harga Indihome berpengaruh signifikan terhadap Harapan Masyarakat.

Tabel menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 1.984 < 2,072 dan probabilitas sebesar 0,041 (p<0,05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak, berarti hipotesis yang menyatakan Harga Indihome berpengaruh signifikan terhadap Harapan Masyarakat diterima.

d. Pengujian Koefisien Jalur Harga Barang Substitusi terhadap Harapan Masyarakat

H₄ : Harga Barang Substitusi berpengaruh signifikan terhadap Harapan Masyarakat.

Pada tabel menunjukan nilai t hitung sebesar 1.984 < 3,901 dan

probabilitas sebesar 0,000 (p<0,05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak, berarti hipotesis yang menyatakan Harga Barang Substitusi berpengaruh signifikan terhadap Harapan Masyarakat diterima.

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Jalur Permintaan Indihome

Variabel	Beta	T Hitung	Sig
X1	0.221	2.824	0.006
X2	0.219	2.660	0.009
X3	0.401	5.643	0.000
X4	0.022	0.277	0.783
Y1	0.204	2.402	0.018
Variabel Terikat Y2			
R Square (R ²) : 0,672			

Sumber: data primer diolah

Persamaan II : $Y_2 = 0,221 X_1 + 0,219 X_2 + 0,401 X_3 + 0,022 X_4 + 0,204 Y_1$

a. Pengujian Hipotesis Koefisien Jalur Pendapatan terhadap Permintaan Indihome

H₁ : Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Indihome.

Tabel 4.18 menunjukkan. Nilai t hitung sebesar 1.984 < 2,821 dan probabilitas sebesar 0,006 (p<0,05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak, berarti hipotesis yang menyatakan Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Indihome diterima.

b. Pengujian Hipotesis Koefisien Jalur Jumlah Anggota Keluarga terhadap Permintaan Indihome

H₂ : Jumlah Anggota Keluarga berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Indihome.

Tabel 4.18 menunjukkan nilai t hitung sebesar 1.984 < 2,660 dan probabilitas sebesar 0,009 (p<0,05), maka keputusannya adalah H₀ ditolak, berarti hipotesis yang menyatakan Jumlah Anggota Keluarga

berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Indihome diterima. Semakin sedikit anggota keluarga maka semakin banyak besar tingkat permintaan indihome.

c. Pengujian Hipotesis Koefisien Jalur Harga Indihome terhadap Permintaan Indihome

H₃ : Harga Indihome berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Indihome.

Tabel 4.18 menunjukkan Nilai t hitung sebesar $1.984 < 5,643$ dan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), maka keputusannya adalah H₀ ditolak, berarti hipotesis yang menyatakan Harga Indihome berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Indihome diterima.

d. Pengujian Hipotesis Koefisien Jalur Harga Barang Substitusi terhadap Permintaan Indihome

H₄ : Harga Barang Substitusi berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Indihome.

Tabel 4.14 nilai t hitung sebesar $1.984 > 0,277$ dan probabilitas sebesar 0,783 ($p > 0,05$), maka keputusannya adalah H₀ diterima, berarti hipotesis yang menyatakan Harga Barang Substitusi berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Indihome ditolak.

e. Pengujian Koefisien Jalur Harapan Masyarakat terhadap Permintaan Indihome

H₃ : Harapan Masyarakat berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Indihome.

Tabel 4.14 menunjukkan t hitung sebesar $1.984 < 4,846$ dan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), maka keputusannya adalah H₀ ditolak, berarti hipotesis yang menyatakan Harapan Masyarakat berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Indihome diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan penelitian akan dijelaskan pembuktian hipotesis berdasarkan rumusan masalah penelitian, disertai dengan analisis hasil regresi dengan melihat kondisi riil yang terjadi di daerah terkait.

Pengaruh Pendapatan

Hipotesis yang diajukan peneliti terhadap variabel pendapatan terhadap harapan masyarakat adalah pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harapan masyarakat. Berdasarkan hasil regresi, pendapatan memiliki koefisien jalur beta positif sebesar 0.204. Hal ini menunjukkan bahwa pada setiap kenaikan gaji dan jumlah tabungan rumah tangga akan meningkatkan harapan masyarakat sebesar 20,4%. Pendapatan memiliki taraf signifikansi sebesar $0.029 < 0,05$ maka hipotesis dapat diterima. Disini harapan masyarakat yang dimaksud adalah minat seseorang ataupun rumah tangga untuk berlangganan indihome, bagaimana pendapatan rumah tangga mempunyai nilai pertimbangan yang dapat dipakai untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa.

Hal ini diuji melalui butir pertanyaan pendapatan (X1.2), yakni jumlah pendapatan rumah tangga yang ditabung mengukur interval dari 5% hingga >25% dan pada butir pertanyaan pendapatan (X1.1), butir pertanyaan ini mengukur tingkat pendapatan responden dengan interval rata-rata Rp 3.000.000,00 dengan nominal Rp 3.000.000,00 hingga diatas Rp 13.000.000,00 dan banyaknya besaran konsumsi yang digunakan rumah tangga dengan interval <60% hingga 80% (X1.3). Hasil regresi menunjukkan bahwa setiap kenaikan gaji dengan interval rata-rata Rp 3.000.000,00 dapat meningkatkan harapan masyarakat sebesar 20,4%. Begitu juga pada tingkat tabungan yang ditabung serta yang pendapatan yang digunakan untuk konsumsi meningkatkan harapan masyarakat sebesar 20,4% pada interval 5%. Semakin tinggi tingkat pendapatan maka tingkat konsumsi dan kekayaan yang dapat ditabung akan meningkat. Menurut keynes bahwa rasio

konsumsi terhadap pendapatan adalah tingkat konsumsi rata-rata turun ketika pendapatan naik. Keynes percaya jika tabungan adalah keistimewaan yang mewah, sehingga ia mengharapkan orang kaya menabung dalam proporsi yang lebih tinggi dari pendapatan mereka ketimbang yang mempunyai pendapatan yang rendah.

Kemudian pada hubungan variabel pendapatan terhadap permintaan indihome memiliki asumsi positif dan signifikan dibuktikan oleh koefisien jalur beta yang positif sebesar 0.221 serta tingkat signifikansi sebesar 0.006. Pada hubungannya pendapatan terhadap permintaan indihome ditunjukkan oleh koefisien beta yakni setiap perubahan kenaikan pendapatan, kenaikan jumlah tabungan serta konsumsi kebutuhan pokok dari total pendapatan akan meningkatkan permintaan indihome sebesar 22,1%. Konsumen melakukan permintaan untuk memenuhi kebutuhannya. Ketika kebutuhan pokok mereka sudah tercapai, opsi yang dimiliki adalah menambah tingkat konsumsi atau menabung.

Kebebasan rumah tangga yang memiliki pendapatan yang tinggi dibanding rata-rata konsumsi kebutuhan pokok dalam mengkonsumsi barang sekunder dan tersier. Rumah tangga yang berpendapatan tinggi dapat mengkonsumsi paket internet dengan kecepatan bandwidth yang mereka inginkan tanpa memperdulikan harga dari barang tersebut. Indihome dapat beralih fungsi menjadi barang sekunder atau tersier ketika kebutuhan kecepatan yang aman untuk dipakai kebutuhan pokok telah tercapai, rumah tangga tersebut dapat menaikkan tingkat konsumsi dengan cara berlangganan paket yang mempunyai tingkat rekreasi yang lebih tinggi. Paket yang mempunyai tingkat rekreasi lebih tinggi dibanding dengan penyediaan layanan internet biasa seperti paket *prestige*, *gamers*, *rumah ceria*.

Pengaruh Jumlah Anggota Keluarga

Asumsi dari penelitian ini pada jumlah anggota keluarga adalah signifikan positif terhadap harapan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan koefisien beta yang

positif sebesar 0.217. Lalu dengan t hitung yang mempunyai angka sebesar $1.984 < 2.241$ serta signifikansi sebesar 0.027. Hal ini membuktikan asumsi terbukti dan jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap harapan masyarakat.

Menurut Steinmetz (1987) jumlah tanggungan keluarga adalah saudara kandung dan bukan kandung yang tinggal dalam suatu rumah tangga baik yang sudah bekerja maupun belum bekerja. Jumlah tanggungan keluarga biasanya menjadi harapan dari sebuah keluarga atau rumah tangga. Dengan adanya anggota keluarga maka dapat menjadi harapan di masa depan sebuah keluarga untuk menanggung pengeluaran Bersama-sama. Dengan adanya anggota keluarga yang lain selain kepala keluarga yang bekerja dapat meningkatkan pendapatan serta harapan untuk mengkonsumsi diluar dari tingkat konsumsi rata-rata yang dimiliki jika hanya kepala keluarga saja yang bekerja

Sedangkan asumsi model terhadap jumlah anggota keluarga adalah berpengaruh signifikan positif terhadap permintaan indihome. Hal ini dibuktikan oleh T hitung dari variabel jumlah anggota keluarga sebesar $1.984 < 2.660$ dan taraf signifikansi sebesar 0.009. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh signifikan terhadap permintaan indihome. Untuk menentukan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan indihome peneliti menggunakan butir pertanyaan terhadap responden yaitu jumlah anggota selain kepala keluarga yang berada di dalam satu rumah. Kemudian asumsi tentang jumlah anggota keluarga yang mampu ditanggung di masa depan serta jumlah anggota keluarga yang ditampung saat ini. Seluruh butir pilihan ganda menggunakan interval jarak 1 anggota keluarga dan hasilnya,

setiap penurunan jumlah anggota keluarga mampu meningkatkan permintaan indihome sebanyak 21,9 %. Hal ini sesuai dengan hasil regresi koefisien beta sebesar 0.219.

Jumlah anggota keluarga dapat menjadi sebuah indikasi tingkat harta yang dimiliki oleh suatu rumah tangga. Semakin banyak anggota keluarga maka akan semakin banyak pula pendapatan yang harus dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dalam kenyataan banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam konsumsi diluar kebutuhan pokok seperti pendidikan, sandang, pangan dan kesehatan

Pengaruh Harga Indihome

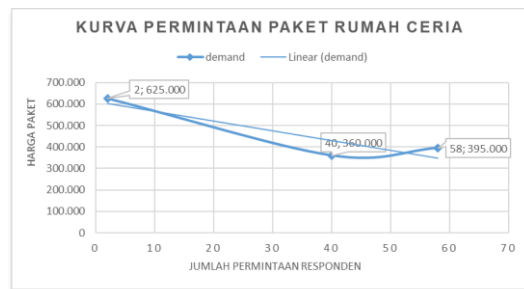
Asumsi penelitian dalam model variabel harga indihome terhadap harapan masyarakat adalah signifikan positif terhadap harapan masyarakat. Asumsi ini dibuktikan oleh t hitung yang lebih besar dari t table sebesar $1.984 < 2.072$, juga taraf signifikansi $0.041 < 0.05$. Hasil regresi ini menunjukkan jika harga indihome berpengaruh terhadap harapan masyarakat.

Hukum permintaan dengan tingkat jika harga suatu komoditi naik, (dan hal-hal lain dianggap tidak berubah), pembeli cenderung membeli sedikit komoditi tersebut. Demikian juga halnya jika harga turun, dan hal-hal lain tidak berubah, jumlah barang yang akan dibeli meningkat (Samuelson, 1999). Menurut hukum permintaan hubungan kurva harga dan jumlah permintaan adalah berbanding terbalik atau negatif. Peningkatan harga akan mengurangi jumlah barang yang akan dibeli begitupun sebaliknya. Dalam penelitian ini menggunakan metode *path analysis* dimana asumsi variabel penelitian adalah linear. Namun dalam kenyataannya dalam uji terhadap paket indihome yang memiliki 3 pilihan paket hasilnya menunjukkan hubungan non-linier dimana permintaan menunjukkan kurva berbentuk parabola pada titik ke 3 pada kurva, Parabola adalah tempat kedudukan titik yang berjarak sama terhadap sebuah titik fokus dan sebuah garis lurus yang disebut direktriks. Setiap parabola mempunyai sebuah sumbu simetri dan sebuah titik ekstrim. Sumbu

simetri parabola dapat berupa garis yang sejajar dengan sumbu vertikal - y atau berupa garis yang sejajar dengan sumbu horizontal - x. Titik ekstrim parabola adalah titik potong antara sumbu simetri dan parabola yang bersangkutan pada kurva diatas terdapat pada titik kedua permintaan.

Pada paket yang menggunakan 3 jenis kecepatan titik awal harga permintaan kurang efektif dibandingkan 2 paket dengan harga yang lebih murah dikarenakan selisih harga yang begitu jauh dari paket yang berada di tengah keduanya sedangkan paket dengan harga kedua termurah mempunyai selisih harga yang kecil dengan paket termurah. Hal ini dirasa konsumen lebih menguntungkan ketika memanfaatkan teori *total utility* yang dirasa tepat bagi konsumen adalah berada diantara paket termahal dan termurah yang menjadi titik jenuh untuk mempertimbangkan permintaan potensial sebagai harapan masyarakat di masa depan.

Gambar 4



Sumber: Data primer diolah

Kurva ekstrem terdapat pada uji paket *rumah ceria* dan serta 4 paket indihome lainnya. Pada paket rumah ceria ketika perubahan permintaan pada titik permintaan 1 ke titik permintaan 2 sebesar 1900% terjadi perubahan harga sebesar 42.4%, lalu pada titik 2 terhadap titik permintaan ketiga kenaikan harga sebesar 9.72% meningkatkan permintaan sebesar 45%. Adapun elastisitas yang dihasilkan oleh kurva permintaan rumah ceria adalah:

Titik permintaan 1 terhadap titik permintaan 2 menjelaskan pengaruh slope negatif dimana harga berpengaruh terbalik terhadap permintaan indihome, harga yang semakin

murah dari titik permintaan 1 ke permintaan 2 akan meningkatkan permintaan.

$$Ed = \frac{40-2}{360.000-625.000} \times \frac{625.000}{2} =$$

$$Ed = -448$$

Namun pengaruh pada titik 2 terhadap titik permintaan 3 menjelaskan pengaruh slope positif dimana perubahan permintaan tidak diikuti oleh penurunan harga:

$$Ed = \frac{58-40}{395.000-360.000} \times \frac{360.000}{40} =$$

$$Ed = 46.2$$

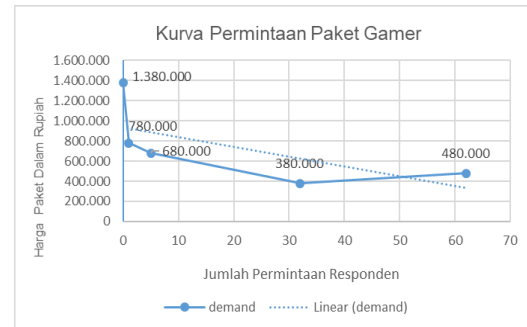
Kecenderungan pada uji dengan paket dengan 3 jenis pilihan kecepatan yakni *phoenix*, *streamix*, *cloud storage* dan *prestige* kurva permintaan menunjukkan pola yang sama dengan paket gamer.

Asumsi harga indihome terhadap permintaan indihome adalah signifikan, asumsi ini dibuktikan benar dengan t table lebih kecil dari t hitung sebesar 1.984 < 5.643 dan taraf signifikansi dinyatakan sebesar 0.000 < 0.05. Artinya harga indihome berpengaruh terhadap permintaan indihome.

Titik permintaan keempat kurva menjelaskan bahwa permintaan paket *gamer* mempunyai titik ekstrim. Titik ekstrim pada penelitian berasal dimana permintaan diukur juga melalui kecepatan paket dan pendapatan. Faktor selera akan sebuah konsumsi paket tidak dapat dihindarkan karena penawaran setiap paket menggunakan kecepatan paket yang bertambah seiring bertambahnya harga pada konsumen maka dengan hukum permintaan dimana asumsi ceteris paribus atau faktor-faktor hal lain dianggap konstan. Pengaruh non-linear pada harga terjadi karena dimana hal-hal yang berada di luar model juga ikut berubah yakni perubahan mengenai pendapatan, dan perubahan selera di masa depan juga ikut berubah serta, menurut teori permintaan dimana faktor-faktor lain selain harga dianggap konstan tidak dapat diterapkan dalam penelitian ini karena harga indihome diukur menggunakan faktor-faktor lain yang berkaitan yakni pendapatan dan kecepatan indihome yang digunakan dalam butir pertanyaan menjadikan hal selain harga yang tidak konstan. Hal ini menjadi

kelemahan pada model yang digunakan karena mengukur harapan masyarakat, dan harga secara bersamaan. Model path analysis tidak dapat menjelaskan pengaruh harga secara non-linier terhadap harapan masyarakat dan permintaan indihome. Kemudian titik ekstrim dapat dilihat dari elastisitas yang terjadi pada kurva.

Gambar 5 Kurva Permintaan Paket Gamer



Sumber: Data primer diolah

Pada keseluruhan uji yang dilakukan pada paket, maka dapat disimpulkan bahwa pada paket indihome membuktikan bahwa perubahan harga indihome berpengaruh elastis hingga titik marginal kepuasan konsumen. Adanya titik ekstrim yang menjadikan bentuk kurva parabola yang bersifat non linear. Kekurangan pada model yang tidak dapat menjelaskan pengaruh permintaan non-linear yakni perubahan harga ekstrim parabola terbuka ke atas pada titik kedua perubahan permintaan pada paket *phoenix*, *streamix*, *cloud storage*, *rumah ceria* dan *prestige* serta titik keempat pada paket *triple play* dan *paket gamer* dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

Pengaruh Harga Barang Substitusi

Asumsi pengaruh harga barang substitusi terhadap harapan masyarakat adalah berpengaruh signifikan positif terhadap harapan masyarakat. Asumsi terbukti benar ditunjukkan oleh t hitung yang berada diatas t table sebesar 1.984 < 3.901. Setiap penurunan harga akan meningkatkan harapan masyarakat di masa depan untuk mengganti layanan penyedia internet rumah mereka dengan brand lain dengan harga yang lebih rendah sebesar .0343 atau 34,3%.

Harga barang pelengkap dapat mempengaruhi keputusan membeli dari seorang konsumen jika harga barang utamanya meningkat. Pada kondisi ini harga rata-rata paket indihome lebih tinggi diantara 4 produk sejenis dengan brand yang berbeda. Dengan asumsi ceteris paribus dan teori harga, barang substitusi menjadi sebuah alternatif yang baik jika diukur diatas kertas. Barang substitusi dari indihome mempunyai paket dengan kecepatan serupa namun memiliki harga yang lebih murah dibanding indihome.

Namun asumsi tersebut tidak berlaku dibuktikan oleh model regresi barang substitusi terhadap indihome. $T_{hitung} < T_{tabel}$, $0,277 < 1,984$. artinya bahwa barang substitusi tidak berpengaruh terhadap permintaan indihome. Hal ini di dukung oleh teori sukirno bahwa sangat sulit untuk mengukur sebuah permintaan dengan mempertimbangkan seluruh variabel di luar dari harga. Karena faktor di luar ekonomi seorang konsumen menilai suatu barang berdasarkan harapan mereka yakni pengalaman di masa lalu, kebutuhan pribadi, janji perusahaan, kinerja yang mempengaruhi di luar barang tersebut, harga perangkat pendukung word of mouth dan lainnya menurut.

Pengujian Harapan Masyarakat sebagai Variabel *Intervening* dalam Hubungan Variabel Bebas terhadap Permintaan Indihome

Pada hubungan Variabel bebas dengan Permintaan Indihome terdapat dugaan variabel Harapan Masyarakat sebagai variabel *intervening*. Perhitungan besarnya pengaruh Harapan Masyarakat sebagai variabel *intervening* adalah sebagai berikut: Persamaan struktural:

Total Effect = $PY2X + (PY1X \times PY1Y2)$
Direct Effect terhadap Permintaan Indihome $X \rightarrow Z = 0,938$

Indirect Effect (IE) = $PYX \times PYZ$
 $= 0,938 \times 0,204$
 $= 0,190$

Total Effect (TE) = $PZX + (PYX \times PYZ)$
 $= 0,204 + 0,190$
 $= 0,394$

Hubungan Variabel	Z Mutlak	Nilai Z
X1 → Y1 → Y2	1.96	2.72
X2 → Y1 → Y2	1.96	2.15
X3 → Y1 → Y2	1.96	2.29
X4 → Y1 → Y2	1.96	4.57

Sumber: data primer diolah

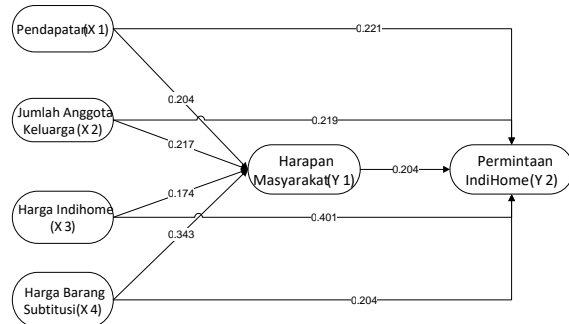
Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- Pendapatan melalui Harapan Masyarakat mempengaruhi Permintaan Indihome, dibuktikan dengan Nilai Z lebih besar dari Z mutlak $2.72 > 1.96$
- Jumlah Anggota Keluarga melalui Harapan Masyarakat mempengaruhi Permintaan Indihome dibuktikan dengan Nilai Z lebih besar dari Z mutlak $2.15 > 1.96$
- Harga Indihome melalui Harapan Masyarakat mempengaruhi Permintaan Indihome, dibuktikan dengan Nilai Z lebih besar dari Z mutlak $2.29 > 1.96$
- Harga Barang Substitusi melalui Harapan Masyarakat mempengaruhi Permintaan Indihome dibuktikan dengan Nilai Z lebih besar dari Z mutlak $4.57 > 1.96$

Harapan masyarakat sebagai variabel *intervening* dalam penelitian ini dibuktikan oleh seluruh variabel independent yang mempunyai Nilai $Z > Z_{mutlak}$ pada uji sobel. Hal ini berarti Harapan pendapatan, jumlah anggota keluarga, harga indihome serta harga barang

substitusi melalui variabel harapan masyarakat memberikan pengaruh dan dapat menjelaskan permintaan yang terjadi pada indihome. Harapan sebagai ekspektasi masyarakat di masa depan terhadap pendapatan yang berubah, jumlah anggota keluarga yang bertambah dimasa depan lalu harga indihome yang semakin mahal atau murah di masa depan serta perbandingan antara harga paket indihome di masa depan mempengaruhi konsumen dalam harapannya mengenai sebuah jasa penyedia internet.

Gambar Diagram Model Antar Jalur Permintaan Indihome



Sumber: data primer diolah

Keterangan:

Y1 sebagai variabel *mediator* (antara) Harapan Masyarakat

Y2 sebagai variabel *endogenous* (terikat) Permintaan Indihome

Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independent yakni pendapatan, jumlah anggota keluarga, harga indihome dan harga barang substitusi secara langsung berpengaruh terhadap harapan masyarakat sebagai

variabel *intervening*. Artinya keputusan masyarakat dan keputusan membeli masyarakat selaras dengan asumsi pendapatan yang mereka miliki di masa depan, jumlah anggota keluarga yang akan dimiliki, kenaikan harga yang terjadi di masa depan serta harapan akan sewaktu-waktu mengganti indihome dengan barang substitusi dengan harga yang lebih murah

2. Permintaan indihome dalam penelitian ini terbukti dipengaruhi secara langsung oleh variabel-variabel independent dalam model.

3. Penelitian ini membuktikan asumsi harapan masyarakat sebagai variabel *intervening* dalam model *path analysis* benar. Harapan masyarakat adalah sebuah akibat dari ketidakpastian yang akan terjadi di masa depan, harapan adalah sebuah asumsi mengenai keadaan yang akan terjadi di masa depan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Indihome diharapkan lebih memperhatikan persebaran informasi edukasi tentang paket-paket indihome terhadap konsumen yang masih kurang. Seperti melalui pelayanan customer service yang diperbaiki, sumber informasi marketing melalui internet karena costnya

lebih murah dibanding produksi selebaran untuk dibagikan.

2. Indihome dapat memaksimalkan paket dengan dua pilihan kecepatan dan harga saja dengan menggabungkan paket dengan kecepatan rendah yang selisih harganya dirasa terlalu dekat tidak sebanding dengan kecepatan serta paket tambahan rekreasi yang didapat yakni 10mbps, 20mbps dan 30mbps dan menggabungkan paket 50 mbps, 100 mbps dan 200 mbps sehingga hanya dapat meningkatkan efektifitas pelayanan after service serta pada paket golongan triple play dengan 5 pilihan kecepatan dapat menurunkan harga agar lebih efektif dan dapat bersaing dengan barang substitusi atau menargetkan segmentasi pasar yang berbeda pada kecepatan 200 mbps dan 100 mbps. Karena dengan ketidak efektifitas harga paket, kecepatan serta kualitas pelayanan jika suatu saat citra dan kualitas barang substitusi meningkat maka konsumsi konsumen indihome akan dapat berpindah terhadap barang substitusi.

3. Dengan rata-rata konsumen indihome yang berpendapatan tinggi, Indihome dapat membuat paket dengan tingkat rekreasi tinggi khusus sesuai dengan kebutuhan institusi, bisnis dan profesional dengan kecepatan, add ons serta layanan yang tidak dimiliki oleh paket yang lebih rendah harganya agar mempunyai pasar yang lebih luas. Serta membuat segmentasi yang terpisah dengan paket yang mampu dijangkau rumah tangga yang berpenghasilan lebih sedikit agar dapat menyaingi tingkat harga yang cenderung lebih murah dari barang-barang pesaingnya.

4. Pada variabel harga indihome dapat dilakukan penelitian lebih lanjut menggunakan model non- linear untuk mengukur perubahan harga pada titik ekstrim yang membentuk kurva parabola agar diketahui pengaruh harga terhadap indihome melalui analisis model regresi non-linear dikarenakan pengaruh ceteris paribus yang tidak terbukti karena adanya perubahan pada pengukuran melalui keterkaitan harapan masyarakat terhadap harga dengan pendapatan serta selera kecepatan paket indihome.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiana , Karmini. (2012). Jurnal Ekonomi Pembangunan. *Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga, Dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin Di Kecamatan Gianyar*, Universitas Udayana.
- APJII. (2017). Penetrasi Pengguna Internet.
- BPS. (2018). BPS.
- BPS. (2018). *Kota Denpasar Dalam Angka*. Denpasar: Badan Pusat Statistik Kota Denpasar.
- Budiarto. (2013). *Permintaan Sepeda Motor Di Kota Semarang. *Studi Kasus Pns Semarang*.
- Duesenberry, J. (1940). *Income, saving and the theory of consumer behaviour*. Massachusetts: Cambridge.
- Engel, J. F. (1968). *Consumer Behaviour*. New York.
- Ernst, E. (1857). *Die Productions- und Consumtionsverhältnisse des Königreichs Sachsens*. Berlin Germany.
- Fair, K. C. (2008). *Case & Fair 8th Edition*. Erlangga.
- Febrian, A. (2016). *Pengaruh Channel Attribute & Information Attribute Terhadap Efektifitas Program Telekmarketing*. Retrieved from Open Library Telkom University.
- Ghozali, I. (2006). In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum. (1997). *Perkawinan Usia Belia*.
- Harera, A. (2013). *Modernisasi Jaringan Akses Tembaga Dengan Fiber Optik Ke Pelanggan*.

- Indihome. (2018). *about us*. Retrieved from indihome.co.id/about-us: <https://indihome.co.id/about-us>
- Kadariyah. (1982). *Analisa Pendapatan Nasional*.
- Karissa, C. (2011). *Analisis Permintaan Jasa Kereta Api*.
- Kuncoro, R. (2008). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung : Alfabeta .
- Mankiw, G. (2003). *Pengantar Ekonomi*. Erlangga.
- Manurung, R. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi), Edisi Ketiga*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics* (8th ed.) [1890]. In A. Marshall, *Principles of Economics* (8th ed.) [1890].
- Nicholson, W. (1991). *Microeconomy Theory Basic Principles & Extensions*. Surabaya: Binarupa Aksara.
- Nuhfil, K. (2004). *TEORI EKONOMI MIKRO Pendekatan Grafis dan Matematis* .
- Nuraini. (2007). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang: Universitas Muhammadiyah Press.
- Paul Samuelson, W. N. (2004). *Economics 18th Edition*.
- Retnowati, E. (2018). *Teori Ekonomi Mikro*.
- Santoso, S. (2003). *Mengatasi Berbagai Masalah Dengan SPSS versi 11.5*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo .
- Sarwono, J. (2007). *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Savitri, D. U. (2016). *ANALISIS KUALITAS JARINGAN AKSES INDIHOME UNTUK TEKNOLOGI GPON DAN MSAN DI STO DARUSSALAM*. 27.
- Schiffman, L. (1994). *Consumer Behaviour*.
- Solomon, M. (1992). *Consumer Behaviour*.
- Steinmetz, S. (1987). *Handbook of marriage and the family* . New York : Springer Science Business Media LLC.
- Subanti, S. (2015). *Matematika Ekonomi*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- Sudarmini, N. N. (2006). *eranan Pekerja Perempuan dalam Menunjang Pendapatan Keluarga Pada Industri Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga di Kabupaten Gianyar*.
- Sugiarto, H. (2002). In *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandun: Alfabeta.
- Sukirno, S. (1994). *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, S. (2005). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Telkom Indonesia. (2018, November 9). *Profil & Riwayat Singkat*. Retrieved from Telkom Indonesia : https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/id_ID/stocklanding/profil-dan-riwayat-singkat.html
- Todaro, M. (1987). *Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga*.
- Vroom, V. H. (1964). *Work And Motivation*. New York: Wiley.
- Zaltman, G. (1979). *Consumen Behaviours: Basic Findings And Management Implication*.
- Zeithaml, V. (1993). *Delivering Quality Service: Balancing Perception and Expectation*. North Carolina.

