

#276 Summary

- Summary
- Review
- Editing

Submission

Authors	Fitri Yuliasma, Trisla Warningsih, Darwis Darwis
Title	Consumer Willingness to Pay for The Purchase of Spicy Acid Catfish at Pondok Gurih Restaurant, Pekanbaru
Original file	276-1164-1-SM.docx 2020-06-10
Supp. files	None
Submitter	Trisla T Warningsih
Date submitted	June 10, 2020 - 10:20 AM
Section	Articles
Editor	Endang Bidayani Zainal Abidin
Abstract Views	102

Status

Status	Published	Vol 8, No 1 (2020): ECOSOFIM Oktober 2020
Initiated	2020-10-30	
Last modified	2020-11-09	

Submission Metadata

Authors

Name	Fitri Yuliasma
Affiliation	Universitas Riau
Country	Indonesia
Bio Statement	—
Name	Trisla Warningsih
Affiliation	Universitas Riau
Country	Indonesia
Bio Statement	—
Principal contact for editorial correspondence.	
Name	Darwis Darwis
Affiliation	Universitas Riau
Country	Indonesia
Bio Statement	—

Title and Abstract

Title	Consumer Willingness to Pay for The Purchase of Spicy Acid Catfish at Pondok Gurih Restaurant, Pekanbaru
Abstract	This research was conducted at

About ECOSOFIM

- Focus and Scope
- Publication Ethics
- Editorial Board
- Abstracting and Indexing
- Visitor Statistic
- History
- Site Map
- Contact Us

User

You are logged in as...
trisla

- My Profile
- Log Out

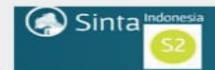
Tools



- Mendeley User Guide
- Insert Citation using Mendeley



Indexed In



Information for Author

- Online Submissions
- Author Guidelines
- Template

Information for Reviewer

- Reviewer Acknowledgement
- Peer Review Process

11:40

54%



ecsofim.uib.ac.id/index.p

4



Home About User Home Search Current Archives Announcements

Home > User > Author > Submissions > #276 > Review

#276 Review

- Summary
- Review
- Editing

Submission

Authors	Fitri Yuliasma, Trisla Warningsih, Darwis Darwis
Title	Consumer Willingness to Pay for The Purchase of Spicy Acid Catfish at Pondok Gurih Restaurant, Pekanbaru
Section	Articles
Editor	Endang Bidayani Zainal Abidin

Peer Review

Review Version	276-1165-1-RV.docx	2020-06-10
Initiated	2020-10-08	
Last modified	2020-10-16	
Uploaded file	Reviewer A 276-1289-1-RV.docx	2020-10-16
	Reviewer B 276-1283-1-RV.docx	2020-10-14

Editor Decision

Decision	Accept Submission 2020-10-25
Notify Editor	Editor/Author Email Record 2020-08-23
Editor Version	276-1189-1-ED.docx 2020-08-22 276-1189-2-ED.docx 2020-08-23 276-1189-3-ED.docx 2020-10-25
Author Version	276-1226-1-ED.docx 2020-09-03 Delete 276-1226-2-ED.docx 2020-09-14 Delete 276-1226-3-ED.docx 2020-10-20 Delete 276-1226-4-ED.docx 2020-10-20 Delete 276-1226-5-ED.docx 2020-10-20 Delete 276-1226-6-ED.docx 2020-10-21 Delete

Upload Author Tidak ada file yang dipilih

About ECSOFIM

Focus and Scope

Publication Ethics

Editorial Board

Abstracting and Indexing

Visitor Statistic

History

Site Map

Contact Us

User

You are logged in as...

- trisla
- My Profile
- Log Out

Tools



- Mendeley User Guide
- Insert Citation using Mendeley



Indexed in



Information for Author

Online Submissions

Author Guidelines

Template

Information for Reviewer

Reviewer Acknowledgement

Peer Review Process

Author

Submissions



#276 Editing

- Summary
- Review
- Editing

Submission

Authors	Fitri Yuliasma, Trisla Warningsih, Darwis Darwis
Title	Consumer Willingness to Pay for The Purchase of Spicy Acid Catfish at Pondok Gurih Restaurant, Pekanbaru
Section	Articles
Editor	Endang Bidayani Zainal Abidin

Copyediting

Copyedit Instructions

Review Metadata	Request	Underway	Complete
1. Initial Copyedit File: 276-1309-1-CE.docx 2020-10-25	2020-10-25	—	2020-10-25
2. Author Copyedit File: 276-1309-2-CE.pdf 2020-10-29 <input type="button" value="Pilih File"/> Tidak ada file yang dipilih <input type="button" value="Upload"/>	2020-10-25	2021-10-07	
3. Final Copyedit File: None	—	—	2020-10-29

Copyedit Comments No Comments

Layout

Galley Format	File
1. PDF View Proof	276-1338-1-PB.pdf 2020-10-29 0
Supplementary Files	File
None	

Layout Comments No Comments

Proofreading

Review Metadata

	Request	Underway	Complete
1. Author	2020-10-29	2021-10-07	
2. Proofreader	2020-10-29	—	2020-10-29
3. Layout Editor	2020-10-29	—	2020-10-29

About EC SOFIM

- Focus and Scope
- Publication Ethics
- Editorial Board
- Abstracting and Indexing
- Visitor Statistic
- History
- Site Map
- Contact Us

User

You are logged in as...

trisla

- My Profile
- Log Out

Tools

- MENDELEY
 - Mendeley User Guide
 - Insert Citation using Mendeley
- grammarly
- turnitin

Indexed in

- Sinta Indonesia S2
- Crossref
- Google scholar
- Indonesia oneSearch
- GARUDA

Information for Author

- Online Submissions
- Author Guidelines
- Template

Information for Reviewer

- Reviewer Acknowledgement
- Peer Review Process

- box - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id (2.731) Sent (14) Drafts (201) Flagged
- Sort by Date
- Trisla T Warningsih: Thank you for submitting the manuscript, "STRATEGY OF MANGROVE ECOSYSTEM..."
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 29/10/20 [ECOSOFIM] Pro... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Your submission "CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY..."
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 25/10/20 [ECOSOFIM] Art... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Yth. Author Menyatakan bahwa artikel tersebut telah diproses sesuai dengan prosedur penulisan Jurnal ECS...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 14/10/20 [ECOSOFIM] Edit... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: We have reached a decision regarding your submission to ECOSOFIM (Economic and...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 14/10/20 [ECOSOFIM] Edit... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Based on your request to withdraw your submission, we have reached a decision regardin...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 23/08/20 [ECOSOFIM] Edit... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih, dkk. We have reached a decision regarding your submission to ECOSOFIM (Economic and...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 10/06/20 [ECOSOFIM] Sub... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Thank you for submitting the manuscript, "CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR..."
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 27/04/20 [ECOSOFIM] Sur... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id SURAT KETERANGAN No: 09/ECOSOFIM/V7-N1/2020 Dewan penyunting Jurnal ECOSOFIM telah menerima art...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 26/04/20 [ECOSOFIM] Pro... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Your submission "ECONOMIC VALUATION OF MANGROVE ECOSYSTEM IN COASTAL..."
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 26/04/20 [ECOSOFIM] Cop... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Your submission "ECONOMIC VALUATION OF MANGROVE ECOSYSTEM IN COASTAL..."
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 27/03/20 [ECOSOFIM] In... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Yth. Author Terima kasih atas partisipasinya dalam publikasi jurnal di ECOSOFIM untuk selanjutnya artikel a...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 23/03/20 [ECOSOFIM] THE... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Yth. Author Bersama ini saya kirimkan file dari reviewer melalui email karena kesalahan teknis dalam ojs. atas p...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 23/03/20 [ECOSOFIM] Sub... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Thank you for submitting the manuscript, "ECONOMIC VALUATION OF MANGROVE..."

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 10 June 2020 10:20
[ECOSOFIM] Submission Acknowledgement
To: Trisla T Warningsih

Trisla T Warningsih:

Thank you for submitting the manuscript, "CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT" to ECOSOFIM (Economic and Social of Fisheries and Marine Journal). With the online journal management system that we are using, you will be able to track its progress through the editorial process by logging in to the journal web site:

Manuscript URL:
<https://ecsofim.unri.ac.id/index.php/ecsofim/author/submission/276>
Username: trisla

If you have any questions, please contact me. Thank you for considering this journal as a venue for your work.

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP
ECOSOFIM (Economic and Social of Fisheries and Marine Journal)

ECOSOFIM (Economic and Social of Fisheries and Marine)
<http://ecsofim.unri.ac.id/index.php/ecsofim>

- box - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id (2.731) Sent (14) Drafts (201) Flagged
- Sort by Date
- Trisla T Warningsih: We have reached a decision regarding your submission to ECOSOFIM (Economic and...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 14/10/20 [ECOSOFIM] Edit... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Based on your request to withdraw your submission, we have reached a decision regardin...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 23/08/20 [ECOSOFIM] Edit... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih, dkk. We have reached a decision regarding your submission to ECOSOFIM (Economic and...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 10/06/20 [ECOSOFIM] Sub... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Thank you for submitting the manuscript, "CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR..."
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 27/04/20 [ECOSOFIM] Sur... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id SURAT KETERANGAN No: 09/ECOSOFIM/V7-N1/2020 Dewan penyunting Jurnal ECOSOFIM telah menerima art...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 26/04/20 [ECOSOFIM] Pro... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Your submission "ECONOMIC VALUATION OF MANGROVE ECOSYSTEM IN COASTAL..."
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 26/04/20 [ECOSOFIM] Cop... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Your submission "ECONOMIC VALUATION OF MANGROVE ECOSYSTEM IN COASTAL..."
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 27/03/20 [ECOSOFIM] In... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Yth. Author Terima kasih atas partisipasinya dalam publikasi jurnal di ECOSOFIM untuk selanjutnya artikel a...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 23/03/20 [ECOSOFIM] THE... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Yth. Author Bersama ini saya kirimkan file dari reviewer melalui email karena kesalahan teknis dalam ojs. atas p...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 23/03/20 [ECOSOFIM] Sub... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Thank you for submitting the manuscript, "ECONOMIC VALUATION OF MANGROVE..."
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 13/03/20 [ECOSOFIM] Edit... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: We have reached a decision regarding your submission to ECOSOFIM (Economic and...
 - Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** 04/03/20 [ECOSOFIM] Sub... Inbox - trisla.t.warni...@lecturer.unri.ac.id Trisla T Warningsih: Thank you for submitting the manuscript, "ECONOMIC VALUATION OF MANGROVE..."

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 23 August 2020 17:04
[ECOSOFIM] Editor Decision
To: Trisla T Warningsih, Cc: Darwis Darwis, Details
Reply-To: Mr. Zainal Abidin

Trisla T Warningsih, dkk.

We have reached a decision regarding your submission to ECOSOFIM (Economic and Social of Fisheries and Marine Journal), "CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT".


Berikut beberapa hasil telaah editor 2 atas artikel anda:

1. Scope: sesuai
2. Judul: Mengapa riset dilakukan di RM ini belum dimuat di latar belakang secara memadai. Jika hal ini tidak terpenuhi, maka alasan riset dilakukan menjadi kurang penting, sehingga kontribusi praktis riset juga diragukan!
3. Cara penulisan: cukup banyak yang perlu disesuaikan dengan pedoman penulisan Bahasa Indonesia yang benar, misalnya pemilihan kata baku, susunan kalimat SPOK, anak kalimat, penulisan paragraph yang lazim, penulisan angka dalam tabel, dll. dicek sendiri.
4. References: tambahkan yang terbaru, max 10 tahun terakhir!
5. Perbaiki abstrak, saran
6. Uji plagiarisism with Turnitin: 19% similarity, sudah memenuhi, sebaiknya dipertimbangkan untuk diturunkan, termasuk setelah revisi total perlu dicek ulang.
7. Dan lain-lain lihat komentar di sebelah kanan!

Our decision is to: revision required.

Editor 2
Zainal Abidin
Department of Social Economics of Fisheries and Marine, Faculty of Fisheries and Marine Science, Brawijaya University
z.abidin@ub.ac.id

ECOSOFIM (Economic and Social of Fisheries and Marine)
<http://ecsofim.unri.ac.id/index.php/ecsofim>

 276-1164-1-SM-ZA.docx

box - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id (2.731) Sent (14) Drafts (201) Flagged Save

Q ecsosfim

Sort by Date

Evaluasi Karya Ilmiah - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 Terima kasih telah mengisi Evaluasi Karya Ilmiah Dosen UNRI Tahun 2020-2021! Berikut adalah tanggapan yang...

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 27/02/21
[ECOSOFIM] Edit... - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 Trisla T Warningsih: We have reached a decision regarding your submission to ECOSOFIM (Economic and...

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 12/11/20
[ECOSOFIM] Sub... - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 Trisla T Warningsih: Thank you for submitting the manuscript, "STRATEGY OF MANGROVE ECOSYSTEM..."

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 29/10/20
[ECOSOFIM] Pro... - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 Trisla T Warningsih: Your submission "CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY..."

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 25/10/20
[ECOSOFIM] Art... - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 Yth. Author Menyatakan bahwa artikel tersebut telah diproses sesuai dengan prosedur penulisan Jurnal ECS...

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 14/10/20
[ECOSOFIM] Edit... - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 Trisla T Warningsih: We have reached a decision regarding your submission to ECOSOFIM (Economic and...

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 14/10/20
[ECOSOFIM] Edit... - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 Trisla T Warningsih: Based on your request to withdraw your submission, we have reached a decision regardin...

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 23/08/20
[ECOSOFIM] Edit... - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 Trisla T Warningsih, dkk. We have reached a decision regarding your submission to ECOSOFIM (Economic and...

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 10/06/20
[ECOSOFIM] Sub... - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 Trisla T Warningsih: Thank you for submitting the manuscript, "CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR..."

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 27/04/20
[ECOSOFIM] Sur... - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 SURAT KETERANGAN No: 09/ECOSOFIM/V7-N1/2020
 Dewan penyunting Jurnal ECOSOFIM telah menerima art...

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 26/04/20
[ECOSOFIM] Pro... - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 Trisla T Warningsih: Your submission "ECONOMIC VALUATION OF MANGROVE ECOSYSTEM IN COASTAL..."

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 26/04/20
[ECOSOFIM] Cop... - Inbox - trisla.t.warningsih@lecturer.unri.ac.id
 Trisla T Warningsih: Your submission "ECONOMIC VALUATION OF MANGROVE ECOSYSTEM IN COASTAL..."

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP 29 October 2020 20:50
[ECOSOFIM] Proofreading Request (Author)
 To: Trisla T Warningsih,
 Reply-To: Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab

Trisla T Warningsih:
 Your submission "CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT" to ECOSOFIM (Economic and Social of Fisheries and Marine Journal) now needs to be proofread following these steps.
 1. Click on the Submission URL below.
 2. Log into the journal and view PROOFING INSTRUCTIONS
 3. Click on VIEW PROOF in Layout and proof the galley in the one or more formats used.
 4. Enter corrections (typographical and format) in Proofreading Corrections.
 5. Save and email corrections to Layout Editor and Proofreader.
 6. Send the COMPLETE email to the editor.

Submission URL:
<https://ecsosfim.ub.ac.id/index.php/ecsosfim/author/submissionEditing/276>
Username: trisla

Prof. Dr. Ir. Nuddin Harahab
 Department of Social Economics of Fisheries and Marine, Faculty of Fisheries and Marine Science, Brawijaya University
 Phone 08123383651
ecsosfim@ub.ac.id

ECOSOFIM (Economic and Social of Fisheries and Marine)
<http://ecsosfim.ub.ac.id/index.php/ecsosfim>

REVIEW EDITOR 1
FILE 276-1189-1-ED
TANGGAL 22 AGUSTUS 2020

Kepada Yth. Author

Berikut masukan editor:

1. Artikel anda sesuai scope ecsofim.
2. Mohon diperhatikan spasi antar kalimat sesuai dengan template ECsoFiM yaitu 1,5 space.
3. Mohon diringkas lagi (maksimum menjadi 15 halaman), pertimbangkan hal-hal yang pokok untuk tetap ada di artikel anda.
4. Mohon dicek kepenulisan (kesalahan penulisan), kata yang baku dalam Bahasa Indonesia, dan kepaduan antar kalimat.
5. Masukan lain dapat dilihat pada sisi kanan (klik komen-komen).

TTD

Editor

**CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH
AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT**

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN ASAM PEDAS IKAN PATIN
DI RUMAH MAKAN PONDOK GURIH PEKANBARU**

Fitri Yuliasma¹⁾, Trisla Warningsih²⁾, Darwis AN²⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau

²⁾ Dosen Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau

Received: May, 2020 /Accepted:

ABSTRACT

Research on consumer willingness to pay for the purchase of Spicy Acid Catfish was conducted at Pondok Gurih Pekanbaru Restaurant in January 2020 - February 2020. Pondok Gurih Restaurant is located at Sudirman Street No. 202 Pekanbaru. The research with a survey method. The population used is consumers Pondok Gurih Pekanbaru Restaurant. The samples are consumers who buy food and then eat on the spot and willing to be interviewed. The number of respondents in this study totaled 100 people. This research aims to calculate the value of consumers willingness to pay for the purchase of Spicy Acid Catfish and to analyze the factors that influence consumers willingness to pay for the purchase of Spicy Acid Catfish. Data analysis method used in this research is Logistic Regression. The result of the research shows that the average value of the cost willing to be paid by consumers is Rp. 87,410.00 with the lowest WTP value of Rp. 40,000 and the highest was Rp. 150,000 The variable that significant in affecting consumers willingness to pay additional cost for of Spicy Acid Catfish at Pondok Gurih Pekanbaru Restaurant are age, income, education, gender and product quality.

Keywords : Willingness To Pay, Logistic Regression

ABSTRAK

Penelitian tentang kesediaan konsumen untuk membayar pembelian Asam Pedas Ikan Patin telah dilakukan di Restoran Pondok Gurih Pekanbaru pada Januari 2020 - Februari

Commented [EBD1]: Mohon tambahkan keywords sesuai isi artikel ilmiah ini. Berlaku pula untuk kata kunci dalam bahasa indonesia

Commented [EBD2]: Tanpa diberi tab di awal paragraf. Rata kanan-kiri

2020. Restoran Pondok Gurih terletak di Jalan Sudirman No. 202 Pekanbaru. Metode yang digunakan metode survei. Populasinya merupakan konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli makanan dan kemudian makan di tempat dan bersedia untuk diwawancarai. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai kesediaan konsumen untuk membayar pembelian Asam Pedas Ikan Patin dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan konsumen untuk membayar pembelian Asam Pedas Ikan Patin. Penelitian dilakukan dengan analisis Regresi Logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata biaya yang harus dibayar oleh konsumen adalah Rp. 87,410.00 dengan nilai WTP terendah Rp. 40.000 dan yang tertinggi yaitu Rp. 150.000 Variabel yang signifikan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membayar biaya tambahan untuk Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru adalah usia, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, serta kualitas produk.

Kata kunci : Kesediaan Membayar, Regresi Logistik.

PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru yang terletak di Provinsi Riau terkenal akan jasa dan perdagangannya. Kemudian usaha bidang kuliner di Kota Pekanbaru saat ini sedang berkembang sangat pesat. Baik yang baru mulai, usaha yang sedang proses perkembangan serta usaha kuliner moderen dengan menggunakan konsep makanan siap saji ataupun tempat makan khas melayu atau tradisional. Meningkatnya penderita penyakit berbahaya atau kronis seperti jantung, kanker, stroke, diabetes, dan diabetes akibat pola hidup modern yang tidak sehat yakni suka dan sering mengonsumsi makanan yang membahayakan kesehatan seperti makanan cepat saji. Hal ini menimbulkan kesadaran masyarakat untuk beralih menuju ke kehidupan yang alami atau sehat. Salah satunya yaitu mengonsumsi makanan yang mengandung banyak gizi, seperti Asam Pedas Ikan Patin. Ikan Patin terbukti memiliki gizi yang cukup tinggi terkandung didalamnya diantaranya lemak tak jenuh dan protein. Untuk mencegah terjadinya penumpukan lemak, penyumbatan di pembuluh darah serta berbagai macam penyakit diantaranya jantung koroner dan kardiovaskuler (Khairuman, 2011).

Salah satu restoran yang menyediakan masakan khas Asam Pedas Ikan Patin adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Rumah makan ini juga menjadikan Asam Pedas Ikan Patin sebagai menu andalannya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bahan baku ikan yang diproduksi oleh Rumah Makan Pondok Gurih sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah produksi Bahan Baku Ikan Rumah Makan Pondok Gurih

No	Jenis Ikan	Jumlah Produksi (Kg/Bulan)
1	Ikan Patin	750
2	Ikan Baung	670
3	Ikan Gurami	650
4	Ikan Kakap	450
5	Ikan Kerapu	180

Sumber : Rumah Makan Pondok Gurih, 2020

Berdasarkan Tabel 1 dapat kita lihat bahwa banyaknya bahan baku ikan Patin merupakan ikan dengan jumlah produksi yang paling banyak yaitu sekitar 750 kg/bulan. Ikan patin adalah jenis ikan mendominasi. Hal ini disebabkan permintaan terhadap jenis ikan patin

Commented [EBD3]: Gunakan Bahasa Indonesia yang baku

Commented [EBD4]: spasi

Commented [EBD5]: Mohon diperhatikan keterpaduan antar kalimat sehingga lebih mudah dipahami oleh pembaca. Mohon cek secara keseluruhan

Commented [EBD6]: berbahaya

Commented [EBD7]: Ada dua kali kata diabetes

Commented [EBD8]: makanan

Commented [EBD9]: Apakah penulisan ini harus ditulis menggunakan huruf kapital di setiap awal katanya?

Commented [EBD10]: Huruf "P" pada patin cukup ditulis huruf kecil saja

Commented [EBD11]: di dalam

Commented [EBD12]: Mohon disesuaikan dengan template ECSOFiM dengan spasi 1,5 Arial 11. Mohon cek secara keseluruhan

Commented [EBD13]: Huruf "I" ditulis kapital

Commented [EBD14]: Berikan tanda titik

sangat banyak oleh konsumen. Sehingga pihak rumah makan memproduksi lebih banyak. Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru ini merupakan Ikan Patin Sungai.

Tak hanya terkenal dengan beragam menu masakan khas melayunya tetapi rumah makan ini juga terkenal dengan bangunan tradisional khas melayunya. Rumah makan ini terletak di pusat kota dimana berdekatan dengan perkantoran, pusat perbelanjaan dan tempat publik lainnya sehingga selain menjadi tempat makan, rumah makan ini kerap dijadikan sebagai tempat pertemuan antar kolega bisnis, tempat bersantai untuk keluarga, ataupun sebagai tempat wisata bagi para wisatawan. Harga yang ditawarkan untuk masakan berbahan utama ikan di rumah makan ini terbilang cukup mahal, termasuk juga harga dari Asam Pedas Ikan Patin. Tak heran jika pelanggan dari rumah makan ini rata-rata memiliki pendapatan yang cukup besar. Meskipun harganya cukup mahal, tetapi peminat menu Asam Pedas Ikan Patin di rumah makan ini tetap banyak. Karena kualitas produk yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan dari para konsumen.

Willingness to pay ialah kesediaan membayar lebih oleh konsumen guna memperoleh suatu barang atau jasa, dan menilai penghargaan konsumen dari manfaat yang diperoleh. Selain itu juga diartikan sebagai tolak ukur konsumen dalam mengorbankan barang untuk memperoleh barang lainnya. *WTP* adalah metode yang dilakukan untuk melihat nilai maksimum bersedia membayar konsumen untuk meningkatkan kualitas produk (Kamal, 2014).

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang, maka peneliti tertarik menganalisis judul "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Pembelian Menu Ayam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru".

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian dilakukan di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru pada bulan tanggal Januari 2020 – Februari 2020.

Metode Sampling

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampel *non probabilitas*, dimana populasi dipilih berdasarkan metode *purposif sampling* yang dapat dijadikan sumber informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2011). Sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang membeli makanan kemudian makan di tempat dan bersedia diwawancarai. Sedangkan populasi yang digunakan adalah konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, dengan jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti. Responden dalam penelitian sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus Cochran (Sarwono, 2011).

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan satu digunakan metode *Contingen Valuation Method*. Menurut Hanley dan Spash dalam (Salma & Indah, 2012) nilai kesediaan membayar dalam analisis CVM terdapat beberapa tahapan diantaranya :

- a. Membuat Pasar Hipotesis
Pada pasar hipotesis ini kita akan membuat sebuah gambaran alasan mengapa kita harus membayar lebih terhadap suatu produk tersebut. Penelitian ini menjelaskan bahwa sangat dianjurkan konsumen untuk mengonsumsi Ikan Patin karena Ikan Patin memiliki banyak kandungan gizi.
- b. Besarnya nilai WTP
Untuk mendapatkan nilai WTP peneliti melakukan wawancara terhadap responden melalui kuesioner. Nilai WTP tersebut ditentukan dengan metode *bidding game* (metode tawar-menawar yaitu responden mendapatkan tawaran dari nilai terkecil sampai besar). Maka diperoleh nilai WTP maksimum yang bersedia dibayar konsumen.
- c. Perkiraan Nilai Rataan WTP

Commented [EBD15]: di rumah

Commented [EBD16]: Mohon di awal kalimat tidak ditulis menggunakan singkatan

Commented [EBD17]: METODE PENELITIAN

Commented [EBD18]: Mohon sitasi dilakukan dari sumber utama

Commented [EBD19]: terhadap

Nilai rata-rata WTP dapat diperkirakan berdasarkan total keseluruhan nilai WTP kemudian dibagi jumlah responden. Pendugaan nilai rata-rata WTP dihitung berdasarkan rumus :

$$EWTP = \frac{\sum w_i}{n} \quad (1)$$

Dimana :

$EWTP$ = Pendugaan Rataan nilai WTP
 w_i = Nilai WTP
 n = Jumlah Responden
 i = Responden bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

- d. Menduga Kurva WTP
 WTP diregresikan sebagai variabel tidak bebas dengan beberapa variabel bebas.

$$W = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (2)$$

Keterangan :

W = Besarnya Nilai WTP
 X = Variabel Bebas

- e. Menjumlahkan Data
 Untuk menjumlahkan data nilai WTP responden dihitung berdasarkan rumus:

$$TWTP = \sum_{i=1}^n WTP_i \cdot P \quad (3)$$

Keterangan :

$TWTP$ = Total WTP
 N_i = WTP Individu
 N = Jumlah responden bersedia membayar (sesuai WTP)
 P = Jumlah Populasi
 i = Responden bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

Untuk menjawab tujuan dua dari penelitian maka digunakan Analisis Regresi Logistik. Menurut (Firdaus & Farid, 2011) Regresi logistik merupakan bagian analisis regresi yang berfungsi untuk mengetahui faktor secara signifikan berpengaruh dengan kesediaan membayar konsumen. Jika variabel dependen bersifat kategorik dan dummy sehingga menggunakan analisis regresi logistik. Persamaan yang digunakan yaitu :

$$\log(Y) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + \epsilon \quad (4)$$

Keterangan :

Y = WTP (0 = Tidak bersedia, 1 = Bersedia membayar lebih)
 b_0 = Nilai Konstanta
 $b_{1,2,3,\dots}$ = Nilai koefisien usia, jenis kelamin, pendapatan, kualitas produk, kualitas pelayanan, pekerjaan, pendidikan.
 X_1 = Usia
 X_2 = Jenis Kelamin
 X_3 = Pendapatan
 X_4 = Kualitas Produk

Commented [EBD20]: regresi

- X₅ = Kualitas Pelayanan
- X₆ = Pekerjaan
- X₇ = Pendidikan
- e = Varians pengganggu

Untuk memeriksa kebaikan suatu model maka dapat dilakukan pengujian statistik. Uji statistik pada regresi logistik adalah sebagai berikut:

Commented [EBD21]: spasi

1. Uji Signifikansi Model

Uji ini dapat melihat apakah variabel independen berpengaruh signifikan dengan variabel dependen secara bersamaan (*overall*) dengan melihat nilai *likelihood* pada regresi logistik (Imaslihkah, 2013). Persamaan statistik uji yaitu :

$$G^2 = -2 \ln \left(\frac{L_0}{L_i} \right) \quad (5)$$

Keterangan:

- L₀ = Nilai maksimum *likelihood* dari model reduksi
- L_i = Nilai maksimum *likelihood* dari model penuh

2. Pengujian Parameter

berfungsi mengetahui keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependen (Imaslihkah, 2013). Uji ini berdasarkan Uji Wald (W). Persamaan statistik uji yang digunakan yaitu :

Commented [EBD22]: Lengkapilah kalimat ini

Commented [EBD23]: statistik

$$w = \left(\frac{\beta_i}{SE(\beta_i)} \right)^2 \quad (6)$$

Dimana :

- W = Nilai Wald
- B_i = Nilai Koefisien X
- SE (β_i) = Galat dari kesalahan β_i

3. Uji Odds Ratio

Rasio odd merupakan uji statistik yang berfungsi untuk melihat rasio peluang akan kesuksesan atau tidaknya dari respon yang diberi.

Commented [EBD24]: Bisa ditambahkan sitasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru

Commented [EBD25]: Gambaran umum ini bisa lebih dipersingkat agar lebih efektif. Hal ini mengingat batasan jumlah halaman yang disarankan pada jurnal ECSOFiM

Seiring berjalannya waktu, bisnis rumah makan kian berkembang semakin pesat di berbagai tempat, tidak terkecuali di Kota Pekanbaru. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih yang merupakan rumah makan berskala menengah yang telah berkecimpung dalam bidangnya sejak tahun 1994. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Anton Basarah yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman No. 202. Rumah makan ini menganut konsep rumah makan tradisional dan memiliki nuansa melayu yang sangat kental. Hal ini terlihat dari pondasi bambu yang mendominasi ditambah dengan lingkungan pondok yang bersih. Kemudian ketika kita tiba di Rumah Makan ini maka akan ada sambutan secara langsung dari pelayan dengan disertai bunyian gong, dan menggunakan pakaian adat melayu yang lengkap juga. Meskipun rumah makan ini terkenal dengan nuansa melayunya yang kental tetapi makanan yang disajikan merupakan masakan nusantara mulai dari masakan khas melayu, minang maupun jawa.

Rumah Makan Pondok Gurih beroperasi dari jam 10.00-22.00 WIB. Adapun jumlah karyawan yang terdapat di Rumah Makan Pondok Gurih mencapai 35 orang diantaranya 14 perempuan dan 21 laki-laki. Seiring perkembangannya, kini rumah makan ini tak hanya berada di Pekanbaru, tetapi sudah membuka cabang di daerah lain yaitu di Batam tepatnya

di Jalan Raja H. Fisabilillah. Selain terkenal dengan makanan khas melayunya, Rumah Makan Pondok Guruh juga terkenal akan prestasinya. Prestasi yang pernah diraih oleh rumah makan ini yaitu mendapatkan penghargaan dari Dinas Pariwisata dan juga Penghargaan rumah makan bersih di Kota Pekanbaru oleh Walikota Pekanbaru.

Rumah Makan Pondok Guruh ini memiliki halaman dan tempat parkir yang sangat luas. Rumah makan ini juga menawarkan tempat yang memiliki suasana yang tenang, nyaman, menyejukkan dan juga menyenangkan. Rumah makan pondok guruh dilengkapi fasilitas pendukung seperti arena bermain anak, ruangan khusus AC, musik, panggung pesta dan musholla. Rumah Makan Pondok Guruh sengaja di *design* untuk konsumen yang berkunjung dari dalam maupun luar kota. Tidak jarang banyak para pejabat pemerintahan yang selalu meluangkan waktunya untuk makan di restoran ini salah satunya yaitu Bapak H. Syamsuar dan Bapak Joko widodo yang pernah singgah ke Pondok Guruh ini.

Konsumen Asam Pedas Ikan Patin

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan karakteristik responden. Adapun responden selaku konsumen laki-laki lebih mendominasi, dengan umur >35 tahun, pendidikan responden yang berkunjung rata-rata lulusan Akademi/Universitas, dan penghasilan >Rp3.500.000 per bulan, memiliki pekerjaan Karyawan Negeri/Swasta. Membeli Asam Pedas Ikan Patin dengan harga dari Rp85.000 – Rp 150.000 dengan frekuensi pembelian produk Asam Pedas Ikan Patin adalah tidak menentu.

Menghitung Nilai WTP Konsumen Terhadap Pembelian Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan pada 100 responden, ditemukan bahwa terdapat 64 respon bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih dari Rp 84.000,00. Sedangkan sisanya sebanyak 36 responden tidak bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih dari Rp 84.000,00 dan memilih harga lebih rendah atau sama dengan harga yang ditawarkan. Responden bersedia membayar diatas harga yang ditawarkan karena menurut pengetahuan mengkonsumsi makan berbahan baku ikan yang diolah dengan rempah-rempah alami akan lebih mendatangkan banyak manfaat dibanding mengkonsumsi makanan cepat saji atau *fast food*. Sedangkan ketidaksediaan para responden dikarenakan mereka tidak mampu membayar dan responden belum mengetahui secara baik keunggulan atau manfaat yang didapat jika mengkonsumsi daging ikan terutama ikan patin itu sendiri.

Nilai EWTP sampel dihitung dari hasil distribusi WTP responden berdasarkan rumus EWTP. Nilai dihitung menurut kelas yang telah diurutkan dari yang kecil sampai terbesar. Nilai EWTP dari dugaan rata-rata WTP terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin pada tabel berikut :

Tabel 2. Distibusi Rata-Rata WTP

Kelas WTP Konsumen (Rp)	Frekuensi (Orang)	Frekuensi Kumulatif	Frekuensi Relatif (Pff) %	EWTP (Rp)	Total WTP
40.000	1	100	0,01	400	40.000
50.000	3	99	0,03	1500	150.000
55.000	1	96	0,01	550	55.000
57.000	1	95	0,01	570	57.000
60.000	3	94	0,03	1800	180.000
62.000	1	91	0,01	620	62.000
65.000	3	90	0,03	1950	195.000
70.000	4	87	0,04	2800	280.000
75.000	5	83	0,05	3750	375.000
80.000	6	78	0,06	4800	480.000

Commented [EBD26]: di atas. Mohon dicek secara keseluruhan terhadap kata-kata yang tidak tepat penulisan ataupun salah ketik

84.000	8	72	0,08	6720	672.000
85.000	14	64	0,14	11900	1.190.000
90.000	24	50	0,24	21600	2.160.000
95.000	11	26	0,11	10450	1.045.000
100.000	9	15	0,09	9000	900.000
150.000	6	6	0,06	9000	900.000
TOTAL	100		1	87.410	8.741.000

Sumber : Hasil Data Olahan Prime (2020)

Commented [EBD27]: tulisan tegak (tidak italic)

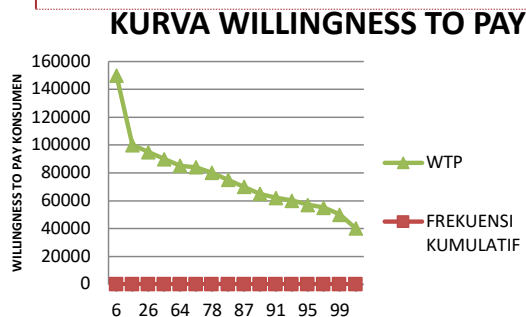
Berdasarkan tabel distribusi rata-rata WTP diatas maka dapat diketahui bahwa kesediaan membayar responden berjumlah 14 responden dengan persentase 5% >Rp84.000, 24 orang bersedia membayar 7% >Rp84.000, 11 orang bersedia membayar 13% >Rp84.000, 9 orang bersedia membayar 19% >Rp84.000 dan 6 orang bersedia membayar 79% >Rp84.000. Tingkat kesediaan responden membayar sebagian besar berada pada persentase 5%-75% >Rp84.000. Menurut (Hamzaoui & Zahaf, 2012) mengatakan bahwa konsumen yang tidak bersedia membayar sebagian besar >10%-20% dari harga biasa, dan terjadinya penurunan pada permintaan pangan organik dengan harga >20%.

Sehubungan dengan itu, dapat kita lihat juga pada tabel diatas bahwa rata-rata besar nilai kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin berdasarkan hasil rumus Rataan *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Nilai tersebut cukup besar daripada harga sebelumnya dari pihak rumah makan adalah Rp84.000/porsi. Dari nilai rata-rata tersebut terdapat nilai surplus konsumen disebabkan nilai WTP yang diminta konsumen cukup besar dari nilai rata-rata WTP yaitu Rp 3.410,00. Sebanyak 64 responden masih bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih tinggi meskipun harga tersebut tergolong mahal.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian (Dhiska, 2012). Dimana hasil penelitiannya diperoleh nilai rata-rata WTP untuk beras analog terdapat jumlah Rp 22.610,00/800 gr. Jika dibandingkan harga yang ditawarkan dari Serambi Botani maka nilai ini lebih besar Rp 20.000,00/800 gr. Adanya surplus konsumen yang dapat diketahui dari nilai rata-rata tersebut, disebabkan nilai WTP sesuai keinginan konsumen lebih besar dibandingkan nilai rata-rata WTP sebesar Rp 2.610,00. Meskipun harga tersebut tergolong mahal, tetapi masih terdapat 72 konsumen yang bersedia membayar lebih tinggi. Kepedulian responden Serambi Potani akan diversifikasi pangan sangat besar.

Kurva WTP

Kurva WTP responden dibentuk berdasarkan jumlah kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai WTP.



Sumber : Hasil Data Olahan Primer (2020)

Commented [EBD28]: Mohon sebelum menampilkan gambar diberikan kalimat pengantar yang menunjukkan gambar tersebut

Gambar1. Kurva Willingness to Pay Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan gambar diatas Kurva *Willingness to Pay* pembelian Asam Pedas Ikan Patin menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu semakin mahal harga yang dibayar mengakibatkan menurunnya jumlah responden yang bersedia membayarnya. Kurva WTP menjelaskan harga terendahnya Rp 40.000 dan harga tertinggi Rp 150.000 sebanyak 64 konsumen yang meu membayar lebih pada pembelian Asam Pedas Ikan Patin.

Menurut (Agustina, 2019) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Kurva *Willingness to Pay* pembelian ayam goreng menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang. Nilai WTP terendah Rp 5.000 dan nilai WTP tertinggi sebesar Rp 60.000.

Agregat Data (Total WTP)

Nilai agregasi WTP dihitung dengan mengalikan nilai rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin dengan jumlah responden (bersedia membayar). Jumlah WTP digunakan pihak rumah makan untuk memperoleh pengetahuan dari hasil penjualan dan mengenai nilai jual dengan nilai maksimum yang bersedia dibayar responden sesuai penjualan produk Asam Pedas Ikan Patin. Nilai Agregasi WTP :

Tabel 3. Nilai Agregasi WTP

Nilai Rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin	Jumlah Responden yang Bersedia	Nilai Agregasi
Rp. 87.410	64	Rp. 5.594.240

Sumber : Hasil Olahan Data Primer(2020)

Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah nilai agregasi WTP Asam Pedas Ikan Patin diperoleh Rp 5.594.000,00. Dari nilai rata-rata WTP pemasar dapat melihat potensi harga yang bisa digunakan untuk harga yang akan datang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesiediaan Membayar Asam Pedas Ikan Patin

Untuk menganalisis faktor yang berpengaruh pada pembelian Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih dilakukan dengan analisis regresi logistik. Uji statistik dalam analisis regresi logistik adalah uji secara keseluruhan (*overal test*) dengan menggunakan uji *likelihood ratio* (uji G), uji parsial dengan menggunakan uji Wald dan Interpretasi Odds Ratio.

Uji Signifikansi Model

berfungsi untuk melihat variabel independen apakah berpengaruh signifikan dengan variabel dependen secara bersamaan (*overall*) dengan melihat nilai *likehood* pada regresi logistik.

Tabel 4. Hasil Uji *likelihood ratio*

Omnibus Test of Model coefficient		
Chi square	Df	Sig (p-value)
43,888	7	0,000

Sumber : Hasil Output Regresi Logistik, 2020

Berdasarkan Tabl 4 dapat diketahui hasil pengujian secara keseluruhan (*overall test*) dengan menggunakan uji *likelihood ratio* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil uji keseluruhan dilakukan dengan *likelihood ratio* diperoleh nilai *chi-square* 43,888 dengan nilai *p-value* 0,000. Sehingga tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan kesiediaan membayar lebih yang telah di buat, H1 diterima H0 ditolak. Kesimpulannya diperoleh kurang lebih satu variabel bebas yang berpengaruh pada variabel terikat.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian (Nuriana, 2013). Dimana pada hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai *Chisquare* diperoleh 29,898, nilai signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan adanya variabel yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen pada pembelian kosmetik wardah.

Pengujian Parameter

Uji ini dihitung berdasarkan uji Wald (W). Hasil parsial dengan menggunakan uji Wald untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara parsial dari variabel independen terhadap variabel independen.

Tabel 5. Hasil Uji Wald

Variabel	B	S.E	Wald	Df	Sig	Simpulan
Usia	1,539	0,715	4,637	1	0,031*	S
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	1	0,841	TS
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	1	0,145	TS
Karyawan (swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	1	0,021*	S
Wirusaha	-3,783	1,740	4,725	1	0,030*	S
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	1	0,192	TS
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	1	0,009*	S
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	1	0,001*	S
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	1	0,022*	S
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	1	0,170	TS
Constant	-1,512	4,221	0,128	1	0,720	-

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

S = Signifikan

TS = Tidak Signifikan

Dapat kita lihat pada Tabel 5 menunjukkan dari variabel usia dengan nilai *wald* sebesar 4,637 > 4,087 (*chi square*) dengan signifikansi yaitu 0,031 < α (0,05). Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa variabel usia mempengaruhi secara signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Hasil ini mengkonfirmasi hasil penelitian (Amanda, 2009) terdapat variabel usia mempengaruhi kesediaan membayar oleh masyarakat. Tingginya tingkatan usia yang dimiliki responden sehingga tinggi juga peluang responden dalam kesediaan membayarnya. Maka ketertarikan responden dapat dilihat dari kesadaran akan lingkungan juga akan jauh lebih baik.

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa nilai *wald* dari variabel jenis kelamin sebesar 0,040 < 4,087 (*chi square*) dengan nilai signifikan yaitu 0,841 > α (0,05). Hal ini menyatakan variabel jenis kelamin tidak mempengaruhi secara positif dan tidak signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Menurut (Daulay, 2012) diketahui bahwasanya dalam memenuhi kebutuhan konsumsi keluarga perempuan lebih paham dan mendominasi dalam membuat keputusan untuk membeli produk di Bogor dibandingkan dengan laki-laki. Kemudian (Radam, 2010) juga menyebutkan jika kesadaran perempuan akan kesehatan lebih tinggi daripada laki-laki. Sehingga kesimpulannya memiliki hubungan antara jenis kelamin dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Kemudian untuk variabel pekerjaan Pelajar/Mahasiswa memiliki nilai *wald* sebesar 2,120 < 4,087 (*chi square*) nilai signifikan 0,145 > α (0,05). Selain itu untuk Pekerjaan Lainnya memiliki nilai *wald* sebesar 1,703 < 4,087 (*chi square*) nilai signifikan 0,192 > α (0,05). Berdasarkan tabel diatas menunjukkan kedua variabel tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin. Variabel pekerjaan selanjutnya adalah Karyawan Swasta/Negeri memiliki nilai *wald* sebesar 5,289 > 4,087 (*chi square*) nilai

signifikan $0,021 < \alpha (0,05)$ dan untuk pekerjaan Wirausaha memiliki nilai *wald* sebesar $4,725 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,030 < \alpha (0,05)$.

Berdasarkan Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel pekerjaan karyawan dan wirausaha tersebut memiliki nilai yang signifikan dan berpengaruh terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin. Oleh karena itu variabel pekerjaan secara keseluruhan dianggap tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin dikarenakan masih adanya nilai variabel dari beberapa jenis pekerjaan yang masih tidak signifikan.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian (Ratulangi, 2016). Dimana dalam penelitian tersebut terdapat nilai variabel pekerjaan sebesar $0,002 < 7,325$ nilai signifikan $0,962 > 0,05$. Sehingga menyimpulkan tidak adanya keberpengaruhan variabel pekerjaan dengan kesediaan membayar produk olahan durian di Gerai Sop Duren Lodaya Bogor.

Selanjutnya untuk variabel pendidikan memiliki nilai *wald* sebesar $6,838 > 4,087$ (*chi square*) nilai signifikan $0,009 < \alpha (0,05)$. Sedangkan variabel pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Menurut (Dipeolu, 2016). Dimana variabel tingkat Pendidikan secara signifikan berpengaruh pada konsumen untuk bersedia membayar produk organik, nilai signifikan variabel tingkat pendidikan yaitu $(0,06 < 0,1)$. Artinya variabel pendidikan berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen pada produk organik pada tingkat kepercayaan 90%. Selanjutnya penelitian (Aufanada, 2017) dengan nilai koefisien variabel pendidikan bernilai positif (1,659) memberikan arti jika pendidikan lebih tinggi maka akan mengambil keputusan untuk bersedia membayar produk organik dan menyatakan bahwa tambahan pendidikan formal setiap tahun dapat meningkatkan kemungkinan konsumen membayar produk organik. Menurut (Rofiatin, 2018) bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang sehingga bersedia membeli sayur organik yang diakibatkan oleh bertambahnya pengetahuan mengenai kesehatan pangan berdasarkan lingkungan daripada responden berpendidikan rendah.

Kemudian nilai *wald* dari variabel pendapatan sebesar $11,523 > 4,087$ (*chi square*) dengan nilai signifikan yaitu $0,001 < \alpha (0,05)$. Hal ini menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Hal ini sesuai dengan pendapat (Sriwaranun, 2015) menyebutkan adanya keterkaitan kesediaan responden membeli produk dengan harga tinggi serta penghasilan konsumen memiliki hubungan cenderung positif. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rodriguez, 2007) menyatakan bahwa semakin besar penghasilan yang diperoleh responden maka kesediaan untuk membayar lebih dalam membeli bahan organik sebagai produk pangan agar mendapatkan kualitas yang baik serta aman untuk dikonsumsi.

Selanjutnya nilai *wald* dari variabel kualitas produk sebesar $2,524 > 4,087$ (*chi square*) nilai signifikan $0,022 < \alpha (0,05)$. Hal ini menyatakan variabel kualitas produk secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Aufanada, 2017). Bahwa pengujian terhadap variabel kualitas produk memperoleh nilai signifikan yaitu $0,006$ ($p \text{ sig.} < \alpha$), Maka H_0 ditolak. Hal ini menyebutkan variabel kualitas secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen produk sayur organik. Penilaian terhadap kualitas suatu produk berkaitan dengan wawasan setiap individu, gaya hidup serta konsep diri, sehingga setiap konsumen dapat memiliki persepsi serta penilaian yang berbeda-beda.

Kemudian untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *wald* sebesar $1,882 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,170 > \alpha (0,05)$. Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak mempengaruhi secara signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Sejalan dengan penelitian (Agustina, 2019). Dimana dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai variabel kualitas pelayanan sebesar $2,247 < 5,029$ dengan nilai signifikan

yaitu $0,134 > 0,05$. Kesimpulannya variabel kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kesediaan membayar pembelian ayam goreng di Warung Seafood 2000, Medan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan penjabaran diatas menyebutkan variabel usia, pendidikan, penghasilan serta kualitas produk mempengaruhi secara signifikan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Maka persamaan regresi logistik diperoleh seperti:

$$\text{Logit (y)} = -1,512 + 1,539 \text{ usia} - 2,033 \text{ pendidikan} + 3,056 \text{ pendapatan} + 1,375 \text{ kualitas produk}$$

Interpretasi Odds Ratio

Nilai Odds ratio disediakan oleh tabel "Variables in The Equation" pada kolom Exp (B) berikut :

Tabel 7. Variables in The Equation

Variabel	B	S.E	Wald	Sig	Odds ratio Exp (B)
Usia	1,539	0,715	4,637	0,031*	4,659
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	0,841	0,942
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	0,145	0,076
Karyawan(swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	0,021*	0,011
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	0,030*	0,023
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	0,192	0,048
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	0,009*	0,131
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	0,001*	21,253
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	0,022*	3,954
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	0,170	0,867
Constant	-1,512	4,221	0,128	0,720	

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Berdasarkan Tabel 7 diinterpretasikan Odds ratio sebagai berikut :

1. Semakin bertambahnya usia seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 4,659 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh penelitian (Celona, 2015). menyatakan bahwa nilai odds ratio variabel usia yaitu 0.892, maka kesediaan membayar lebih akan tinggi untuk sayur organik 0.892 dilihat dari tingginya tingkat usia yang dimiliki konsumen dibandingkan usia yang rendah.
2. Kecenderungan seseorang dengan berjenis kelamin laki-laki untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,942 kali lebih rendah jika dibandingkan seseorang yang berjenis kelamin perempuan. Didukung penelitian (Celona, 2015) yang pada hasil penelitiannya menyebutkan bahwa nilai odds ratio variabel jenis kelamin 19.237 maka kesediaan membayar lebih yaitu 19.237 sayur organik dilakukan oleh perempuan. Hal ini disebabkan perempuan lebih menargetkan produk baik dan sehat untuk dikonsumsi seperti sayur.
3. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,076 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
4. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Karyawan Swasta/Negeri untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,011 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
5. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Wirausaha untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,023 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
6. Kecenderungan seseorang yang bekerja dengan Pekerjaan Lainnya untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,048 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan selain pekerjaan tersebut.

7. Semakin bertambahnya pendidikan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 0,131 kali lipat. Sejalan dengan penelitian (Celona, 2015) menyebutkan bahwa nilai *odds ratio* variabel pendidikan 6.877, artinya kesediaan untuk membayar lebih cenderung dilakukan konsumen dengan tingkat pendidikan akademi perguruan tinggi diatas rataaan WTP yaitu 6.877 kali lebih tinggi. Sehingga konsumen dianggap lebuah bisa menerima informasi mengenai sayur organik. Menurut (Sumarwan, 2011) menyebutkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk memilih produk.
8. Semakin bertambahnya pendapatan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 21,253 kali lipat. Sejalan dengan penelitian (Christdavina, 2013) yang menunjukkan bahwa nilai *odds ratio* dari pendapatan yaitu sebesar 31.306 yang berarti konsumen dengan pendapatan tinggi memiliki peluang 31.306 kali untuk bersedia membayar lebih mahal untuk sayuran organik. Menurut (Priambodo, 2014) tinggi rendahnya penghasilan seseorang mempengaruhi dalam kesediaan membayar sayur organik.
9. Semakin meningkatnya kualitas produk rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 3,954 kali lipat. Menurut (Aryal, 2005) mengatakan bahwa kualitas produk sangat mempengaruhi dalam kesediaan membayar walaupun dengan harga yang mahal.
10. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 0,867 kali lipat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Besarnya nilai yang bersedia dibayarkan konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin berdasarkan hasil rumus rataaan *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumenterhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin adalah variabel usia, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin dan kualitas produk.

Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar dapat meneliti kesediaan membayar konsumen yang membeli Asam Pedas Ikan Patin di berbagai tempat juga ditambahkan variabel-variabel lain yang diduga mempengaruhi kesediaan membayar konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Pemilik (*Owner*) Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru dan juga para karyawan yang telah mengizinkan, membantu dan mendukung dalam penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang telah bersedia mejadi responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

Agustina. (2019). *Analisis Willingness to Pay More Terhadap Pembelian Ayam Goreng di Warung Seafood 2000, Medan*. Medan: Skripsi USU.

- Amanda, S. (2009). *Willingness to Pay Pengunjung Obyek Wisata Danau Situ Gede dalam Upaya Pelestarian Lingkungan*. Bogor: IPB.
- Aryal, K. P. (2005). Consumer's Willingness to Pay for Organic Products. *The Journal of Agriculture and Environment* , 10(2): 12-22.
- Aufanada, V. E. (2017). Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research* , 3(2).
- Celona, N. (2015). *Analisis Kesiediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik Giant Hypermarket, Kota Bogor*. Bogor: IPB.
- Christdavina, N. (2013). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Saran Bakti*. Bogor: IPB.
- Daulay, W. M. (2012). *Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Mie Instant Sayur di Serambi Botani*. Bogor: IPB.
- Dhiska, A. S. (2012). *Analisis Kesiediaan Membayar Beras Analog di Serambi Botani*. Bogor: Skripsi FEB IPB.
- Dipeolu, A. O. (2016). *Factors influencing Willingness to Pay for Organic Vegetables among Civil Servants in a Developing Country*. Nigeria: International Journal of Vegetable Science. Departement of agriculture economics and farm management, federal university of agriculture, Abeokuta.
- Firdaus, M., & Farid, M. A. (2011). *Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Hamzaoui, L., & Zahaf, M. (2012). Canadian Organic Food Consumers Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* , 24(1): 1-21.
- Imaslihkah, S. M. (2013). Analisis Regresi Logistik Ordinal Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 di ITS Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS* , 2(2): 177-182.
- Kamal, M. (2014). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Willingness to Pay Pengguna Trans Jogja*. Yogyakarta: Skripsi UMY.
- Khairuman, S. (2011). *Budidaya Patin Super*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Nuriana, W. D. (2013). Analisis Willingness to Pay Terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor. <https://doi.org/10.1136/bmj.37938.645220.EE> .
- Priambodo, L. (2014). Analisis Willingness to Pay Terhadap Sayur Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal IPB* , 5(1): 5-12.
- Radam, A. Y. (2010). Consumer's Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay toward Food Products with "No Added MSG" Labelling. *International Journal of Marketing Studies* .
- Ratulangi, R. (2016). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Produk Olahan Durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor*. Bogor: Pascasarjana IPB.

- Rodriguez, E. L. (2007). Willingness to Pay for Organic Food in Argentina. *105th EAAE Seminar International Marketing and International Trade of Quality Food Products*. Italy: Bologna.
- Rofiatin, d. (2018). *Pola WTP dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayuran Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang*. Malang: Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.
- Salma, & Indah. (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Dinamika Pembangunan* , 1(2): 153-165.
- Sarwono, J. (2011). *Mixed Method*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sriwaranun, Y. C. (2015). Consumer's Willingness to Pay for Organic Products in Thailand. *International Journal of Social Economics* , 42(5): 480-510.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.

PERBAIKAN EDITOR 1
FILE 276-1226-1-ED
TANGGAL 3 SEPTEMBER 2020

**CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH
AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT**

**ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN ASAM PEDAS IKAN PATIN
DI RUMAH MAKAN PONDOK GURIH PEKANBARU**

Received: May, 2020 /Accepted:

ABSTRACT

This research aims to calculate the value of consumers' willingness to pay for the purchase of Patin Fish Spicy Acid and to analyze the factors that affect the consumer's willingness to pay for the purchase of Patin Fish Spicy Acid at Pondok Gurih Restaurant Pekanbaru so that it can be used as a reference for consideration and information for the owner. eating to improve quality and facilities for future consumer demand. The research method used was a survey method. The population used is the consumer of Pondok Gurih Restaurant Pekanbaru. The sample in this study are consumers who buy food and then eat on the spot and are willing to be interviewed. The number of respondents used in this study was 100 people. The data analysis method used in this research is logistic regression.

The results showed that the average value of costs to be paid by consumers was IDR 87,410.00 with the lowest WTP value of IDR 40,000 and the highest was IDR 150,000. Then the variables that significantly affect the consumer's desire to pay for the Tamarind of Patin Fish are age, income, education and product quality. Meanwhile, the variables that did not have a significant effect were gender, service quality and employment. Suggestions for the owner to pay more attention to service quality so that consumers feel happy and satisfied in the restaurant.

Keywords : Willingness To Pay, Logistic Regression

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai kesediaan konsumen untuk membayar pembelian Asam Pedas Ikan Patin dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan konsumen untuk membayar pembelian Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru sehingga dapat digunakan sebagai bahan acuan pertimbangan dan informasi bagi pihak rumah makan untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas terhadap permintaan konsumen ke depannya. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survei. Populasi yang digunakan adalah konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli makanan dan kemudian makan di tempat dan bersedia untuk diwawancarai. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Logistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata biaya yang harus dibayar oleh konsumen adalah Rp87,410.00 dengan nilai WTP terendah Rp40.000 dan yang tertinggi adalah Rp150.000. Kemudian variabel yang signifikan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membayar Asam Pedas Ikan Patin adalah usia, pendapatan, pendidikan dan kualitas produk. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah jenis kelamin, kualitas pelayanan dan pekerjaan. Saran kepada pelaku usaha supaya lebih memerhatikan kualitas pelayanan sehingga konsumen merasa senang dan puas berada di rumah makan tersebut.

Kata Kunci : Kesiediaan Membayar, Regresi Logistik

PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru merupakan ibu kota dan kota terbesar di Provinsi Riau. Kota ini merupakan kota yang terkenal akan perdagangan dan jasanya. Kemudian saat ini dunia usaha dalam bidang kuliner di Kota Pekanbaru sedang berkembang sangat pesat. Mulai dari usaha baru, usaha yang sudah ada kemudian melakukan ekspansi, maupun kuliner moderen makanan siap saji (*fast food*) ataupun rumah makan khas melayu tradisional.

Berkunjung ke Pekanbaru tak lengkap bila belum mencicipi masakan tradisional daerahnya. Karena Pekanbaru sangat terkenal dengan beragam makanan tradisional khas melayu. Hidangan tradisional banyak digemari oleh masyarakat karena makanan tradisional menyimpan berbagai khasiat dan kandungan yang menyehatkan tubuh seperti rendah lemak dan lebih alami atau non kimiawi karena dibuat dengan rempah-rempah alami dibandingkan dengan makan cepat saji (*fast food*) yang kebanyakan terbuat dari bahan-bahan kimiawi yang dapat merusak kesehatan tubuh.

Meningkatnya penderita penyakit berbahaya atau kronis seperti jantung, kanker, struk, diabetes, dan diabetes akibat pola hidup moderen yang tidak sehat yakni suka dan sering mengonsumsi makanan yang membahayakan kesehatan seperti makanana cepat saji. Hal ini menimbulkan kesadaran masyarakat untuk beralih menuju ke kehidupan yang alami atau sehat. Ada beberapa hal yang biasanya dicari oleh para wisatawan jika berkunjung ke Pekanbaru yaitu masakan khas Pekanbaru berbentuk masakan ikan. Berikut diantaranya :

Tabel 1. Masakan Khas Pekanbaru Berbentuk Masakan Ikan

No	Masakan Khas Pekanbaru	Hasil Masakan
1	Asam Pedas Ikan Patin	Asam Pedas Ikan Patin
2	Ikan Salai	Gulai Salai
3	Ikan Baung	Asam Pedas Baung

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat menu utama makanan khas Pekanbaru yaitu Asam Pedas Ikan Patin. Kemudian diikuti dengan Gulai Salai dan Asam Pedas Ikan

Baung. Asam Pedas Ikan Patin merupakan makanan khas Riau yang cukup terkenal. Keberadaan kota Pekanbaru yang di apit oleh 4 sungai Siak, Sungai Rokan, Sungai Kampar dan Sungai Indragiri memungkinkan Pekanbaru mendapatkan suplai ikan Patin.

Ikan Patin sudah terbukti mengandung kandungan gizi yang tinggi, protein dan lemak tak jenuh yang sangat tinggi. Kedua jenis zat ini sangatlah berguna untuk mencegah penumpukan lemak dan penyumbatan pada pembuluh darah, mempercepat pertumbuhan otot, dan mencegah terjadinya berbagai macam penyakit, seperti kardiovaskuler dan jantung koroner (Khairuman, 2011).

Daging ikan Patin memiliki tekstur daging yang lembut apalagi jika bumbunya meresap sampai ke daging. Asam Pedas Ikan Patin khas melayu memiliki kuah berwarna kuning yang dibuat tanpa campuran minyak kemudian ditambah dengan potongan-potongan daging ikan Patin yang besar. Ikan Patin tersebut dimasak dengan bumbu yang benar serta menimbulkan aroma yang mampu menarik setiap orang untuk memakannya. Karena hal tersebut di sejumlah warung makan di Riau, menu masakan ikan patin menjadi salah satu menu favorit khas Melayu salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Salah satu restoran yang menyediakan dan menjadikan masakan khas Asam Pedas Ikan Patin sebagai menu andalannya adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Ikan Patin yang diolah di rumah makan ini berasal dari ikan Patin sungai. Sehingga rasa dari ikan Patin di rumah makan ini tentunya memiliki rasa yang lebih gurih sebab ikan yang digunakan adalah ikan Patin sungai bukan ikan Patin kolam atau budidaya seperti kebanyakan rumah makan lainnya. Hal ini yang menjadi daya tarik konsumen apabila ingin memiliki Asam Pedas Ikan Patin di rumah makan ini. Berikut dapat dilihat banyaknya bahan baku ikan yang disediakan oleh Rumah Makan Pondok Gurih sebagai berikut :

Tabel 2. Jumlah Persediaan Bahan Baku Ikan Rumah Makan Pondok Gurih

No	Jenis Ikan	Jumlah Produksi (Kg/Bulan)
1	Ikan Patin	750
2	Ikan Baung	670
3	Ikan Gurami	650
4	Ikan Kakap	450
5	Ikan Kerapu	180

Sumber : Rumah Makan Pondok Gurih, 2020

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat kita ketahui bahwa persediaan bahan baku ikan yang paling banyak adalah ikan Patin sekitar 750 kg/bulan. Hal ini dikarenakan ikan Patin merupakan jenis ikan yang paling banyak dimininati oleh konsumen. Sehingga pihak rumah makan memproduksi lebih banyak.

Tak hanya terkenal dengan beragam menu masakan khas melayu, rumah makan ini juga terkenal dengan bangunan tradisional khas melayu yang kental. Rumah makan ini

terletak di pusat kota dimana berdekatan dengan perkantoran, pusat perbelanjaan dan tempat publik lainnya sehingga selain menjadi tempat makan, rumah makan ini kerap dijadikan sebagai tempat pertemuan antar kolega bisnis, tempat bersantai untuk keluarga, ataupun sebagai tempat wisata bagi para wisatawan. Bagi para konsumen khususnya yang kantornya berdekatan dengan rumah makan ini, kerap seminggu sekali mendatangi rumah makan ini karena mereka mengaku sudah menjadi langganan dan juga sangat menyukai menu masakan di rumah makan ini terutama Asam Pedas Ikan Patin itu sendiri.

Harga yang ditawarkan untuk masakan berbahan utama ikan di rumah makan ini terbilang cukup mahal, termasuk juga harga dari Asam Pedas Ikan Patin. Tak heran jika pelanggan dari rumah makan ini rata-rata memiliki pendapatan yang cukup besar. Meskipun harganya cukup mahal, tetapi peminat menu Asam Pedas Ikan Patin di rumah makan ini tetap banyak. Karena kualitas produk yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan dari para konsumen.

Hal ini terbukti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Alfasiri (2019) mengenai Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Pada penelitiannya menunjukkan bahwa pemasaran pengalaman dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di RM. Pondok Guruh Kota Pekanbaru. Kemudian hasil penelitian Adelina (2013) mengenai Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan positif antara strategi *experiential marketing* dan loyalitas konsumen di RM. Pondok Guruh.

Willingness to pay ialah kesediaan membayar lebih atau harga tertinggi seseorang (konsumen) yang rela dibayarkan untuk mendapatkan suatu manfaat baik berupa barang atau jasa, serta menjadikan tolak ukur seberapa besar calon konsumen menghargai barang atau jasa tersebut. Selain itu juga diartikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang berkeinginan mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. WTP digunakan sebagai metode untuk mengetahui nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen dari peningkatan kualitas sebuah produk (Kamal, 2014).

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis dengan judul “Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness to pay*) konsumen terhadap pembelian menu Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru”.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru pada bulan tanggal Januari 2020 – Februari 2020.

Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Creswell, 2012). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu di dalam daerah atau lokasi tertentu, atau suatu studi efektif yang dipolakan untuk memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan (Daniel, 2015).

Metode Sampling

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel *non probabilitas*, dimana pemilihan anggota populasi menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penulis menggunakan pertimbangan sendiri dengan cara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis (Sugiyono, 2011).

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan satu digunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Menurut Hanley dan Spash, dalam Salma dan Indah (2012) langkah-langkah yang digunakan dalam analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) dalam menentukan nilai kesediaan membayar seseorang, diantaranya adalah :

a. Membuat Pasar Hipotetis

Pada tahap ini kita akan membuat sebuah gambaran alasan mengapa kita harus membayar lebih terhadap suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, pasar hipotesis pada penelitian ini menggambarkan betapa pentingnya seseorang mengonsumsi Ikan Patin karena Ikan Patin memiliki banyak kandungan gizi.

b. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Untuk mendapatkan nilai WTP dilakukan melalui wawancara dengan responden melalui kuesioner. Nilai WTP tersebut ditentukan dengan metode *bidding game* yaitu metode tawar-menawar dimana responden ditawarkan sebuah nilai tawaran dari nilai terkecil sampai nilai terbesar. Hingga akhirnya mencapai nilai WTP maksimum yang sanggup dibayarkan oleh responden.

c. Memperkirakan Nilai Rata-rata WTP

Memperkirakan nilai rata-rata WTP dapat dilakukan dengan menggunakan nilai rata-rata dari penjumlahan keseluruhan nilai WTP dibagi dengan jumlah responden. Dugaan Rataan WTP dihitung dengan rumus :

$$EWTP = \frac{wi}{n} \quad (1)$$

Keterangan :

EWTP = Dugaan rata-rata WTP

- w_i = Nilai WTP ke- i
- n = Jumlah responden
- i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

d. Menduga Kurva WTP

WTP diregresikan sebagai variabel tidak bebas (dependent variable) dengan beberapa variabel bebas.

$$W = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$$

(2)

Dimana:

W : Besarnya nilai WTP

X : Variabel bebas (faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya W)

e. Menjumlahkan Data

Untuk menjumlahkan data nilai WTP dari responden dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TWTP = WTP_i \left(\frac{n_i}{N} \right) \cdot P \quad (3)$$

Keterangan :

$TWTP$ = Total WTP

WTP_i = WTP individu sampel ke- i

N_i = Jumlah sampel ke- i yang bersedia membayar sebesar WTP

N = Jumlah sampel

P = Jumlah populasi

i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

Untuk menjawab tujuan dua dari penelitian maka digunakan Analisis Regresi Logistik. Menurut Firdaus (2011) Regresi logistik berfungsi untuk mengetahui faktor yang secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen. analisis regresi logistik merupakan bagian dari analisis regresi. Jika variabel dependen bersifat kategorik dan dummy maka analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Persamaan yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

$$\log(Y) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + \epsilon \quad (4)$$

Keterangan :

Y = WTP (0 = Tidak bersedia, 1 = Bersedia membayar lebih)

- b_0 = Konstanta regresi
- $b_{1,2,3,\dots}$ = Koefisien regresi usia, jenis kelamin, pendapatan, kualitas produk, kualitas pelayanan, pekerjaan, pendidikan.
- X_1 = Usia
- X_2 = Jenis Kelamin
- X_3 = Pendapatan
- X_4 = Kualitas Produk
- X_5 = Kualitas Pelayanan
- X_6 = Pekerjaan
- X_7 = Pendidikan
- e = Varians pengganggu

Untuk memeriksa kebaikan suatu model maka dapat dilakukan pengujian statistik. Uji statistik pada regresi logistik yang akan digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui variabel independen memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik (Imaslikah, 2013). Berikut persamaan statistik uji yang digunakan :

$$G^2 = -2 \ln \left(\frac{L_0}{L_i} \right) \quad (5)$$

Keterangan:

- L_0 = Maksimum nilai *likelihood* dari model yang hanya terdiri dari konstanta saja tanpa adanya variabel penjelas atau maksimum nilai *likelihood* dari model reduksi (*Reduced Model*)
- L_i = Maksimum nilai *likelihood* dari model dengan semua variabel independen atau dari model penuh (*Full Model*)

2. Pengujian Parameter

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah ada terdapat minimal satu variabel bebas (independen) yang mempengaruhi variabel terikat (Imaslikah, 2013). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Wald (W). Persamaan statistik uji yang digunakan yaitu :

$$w = \left(\frac{\beta_i}{SE(\beta_i)} \right)^2 \quad (6)$$

Keterangan :

W	=	Nilai Wald
Bi	=	Vektor koefisien dihubungkan dengan penduga (koefisien X)
SE (β_i)	=	Galat dari kesalahan dari β_i

3. Uji Rasio Odd

Rasio odd merupakan uji statistik yang berfungsi untuk melihat bagaimana rasio atau perbandingan peluang kejadian sukses dan tidak sukses dari peubah respon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru

Seiring berjalannya waktu, bisnis rumah makan kian berkembang semakin pesat di berbagai tempat, tidak terkecuali di Kota Pekanbaru. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih yang merupakan rumah makan berskala menengah yang telah berkecimpung dalam bidangnya sejak tahun 1994. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Anton Basarah yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman No. 202. Rumah makan ini menganut konsep rumah makan tradisional dan memiliki nuansa melayu yang sangat kental. Hal ini terlihat dari suasana pondok yang bersih dengan bangunannya yang didominasi oleh pondasi dari bambu. Kemudian ketika kita tiba di Rumah Makan ini maka kita akan langsung disambut oleh pelayan yang membunyikan gong dengan menggunakan pakaian adat melayu yang lengkap juga. Meskipun rumah makan ini terkenal dengan nuansa melayunya yang kental tetapi makanan yang disajikan merupakan masakan nusantara mulai dari masakan khas melayu, minang maupun jawa.

Rumah Makan Pondok Gurih beroperasi mulai dari jam 10.00-22.00 WIB. Dengan memiliki jumlah karyawan sebanyak 35 orang yang terdiri dari 14 perempuan dan 21 laki-laki. Seiring perkembangannya, kini rumah makan ini tak hanya berada di Pekanbaru, tetapi sudah membuka cabang di daerah lain yaitu di Batam tepatnya di Jalan Raja H. Fisabilillah. Selain terkenal dengan makanan khas melayunya, Rumah Makan Pondok Gurih juga terkenal akan prestasinya. Prestasi yang pernah diraih oleh rumah makan ini yaitu mendapatkan penghargaan dari Dinas Pariwisata dan juga Penghargaan rumah makan bersih di Kota Pekanbaru oleh Walikota Pekanbaru.

Rumah Makan Pondok Gurih ini memiliki halaman dan tempat parkir yang sangat luas. Rumah makan ini juga menawarkan tempat yang memiliki suasana yang tenang, nyaman, menyejukkan dan juga menyenangkan. Rumah makan pondok gurih dilengkapi fasilitas pendukung seperti arena bermain anak, ruangan khusus AC, musik, panggung pesta dan musholla. Rumah Makan Pondok Gurih sengaja *didesign* untuk para tamu yang datang dari luar kota atau sebaliknya. Tidak jarang banyak para pejabat pemerintahan yang selalu

meluangkan waktunya untuk makan di restoran ini salah satunya yaitu Bapak H. Syamsuar dan Bapak Joko widodo yang pernah singgah ke Pondok Gurih ini.

Konsumen Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan beberapa perbedaan pada setiap karakteristik responden yang telah diukur. Responden pada penelitian ini didominasi oleh konsumen berjenis kelamin Pria, kelompok usia > 35 tahun, pendidikan terakhir Akademi/Universitas, mempunyai penghasilan/pendapatan > Rp3.500.000 per bulan, memiliki pekerjaan sebagai Karyawan Negeri/Swasta. Kesiapan membayar lebih responden terhadap Asam Pedas Ikan Patin dimulai dari harga Rp85.000 sampai dengan Rp150.000 dengan frekuensi pembelian produk Asam Pedas Ikan Patin adalah tidak menentu.

Menghitung Nilai Kesiapan Membayar (*Willingness to pay*) Konsumen Terhadap Pembelian Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan data survei dari 100 responden yang telah dilakukan, terdapat 64 konsumen yang bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga diatas yang telah ditetapkan oleh rumah makan tersebut yaitu Rp84.000,00. Sedangkan sisanya sebanyak 36 responden tidak bersedia membayar lebih dari Rp84.000,00 dan memilih harga yang lebih rendah atau sama dengan harga yang ditawarkan. Para responden yang bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin tersebut mengaku bahwa kesiapan mereka didasari atas pengetahuan yang mereka miliki dan juga mereka percaya bahwa mengkonsumsi makan berbahan baku ikan yang diolah dengan rempah-rempah alami akan lebih mendatangkan banyak manfaat dibanding mengkonsumsi makanan cepat saji atau *fast food*. Sedangkan ketidaksiapan para responden disebabkan belum munculnya kesadaran mereka untuk mengkonsumsi pangan yang lebih menyehatkan. Selain itu, ketidaksiapan mereka juga disebabkan karena mereka tidak mampu membayar dan responden belum mengetahui secara baik keunggulan atau manfaat yang didapat jika mengkonsumsi daging ikan terutama ikan patin itu sendiri.

Untuk mengetahui dugaan nilai rata-rata *willingness to pay* (EWTP) yaitu dapat dihitung berdasarkan data distribusi dari *willingness to pay* (WTP) responden dengan menggunakan rumus EWTP. Nilai tersebut dikelompokkan dan diurutkan mulai dari nilai yang terkecil sampai urutan yang terbesar. Hasil perhitungan (EWTP) terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Distribusi Rata-Rata WTP

Kelas WTP Konsumen (Rp)	Frekuensi (Orang)	Frekuensi Kumulatif	Frekuensi Relatif (Pfi) %	EWTP (Rp)	Total WTP
40.000	1	100	0,01	400	40.000
50.000	3	99	0,03	1500	150.000
55.000	1	96	0,01	550	55.000
57.000	1	95	0,01	570	57.000

60.000	3	94	0,03	1800	180.000
62.000	1	91	0,01	620	62.000
65.000	3	90	0,03	1950	195.000
70.000	4	87	0,04	2800	280.000
75.000	5	83	0,05	3750	375.000
80.000	6	78	0,06	4800	480.000
84.000	8	72	0,08	6720	672.000
85.000	14	64	0,14	11900	1.190.000
90.000	24	50	0,24	21600	2.160.000
95.000	11	26	0,11	10450	1.045.000
100.000	9	15	0,09	9000	900.000
150.000	6	6	0,06	9000	900.000
TOTAL	100		1	87.410	8.741.000

Sumber : Hasil Data Olahan Prime (2020)

Berdasarkan tabel distribusi rata-rata WTP di atas, dapat kita lihat persentase dari setiap kenaikan harga yang bersedia dibayarkan responden. Dimana sebanyak 14 responden bersedia membayar 5% lebih tinggi dari Rp84.000, kemudian 24 orang bersedia membayar 7% lebih tinggi dari Rp84.000, lalu 11 orang bersedia membayar 13% lebih tinggi dari Rp84.000, 9 orang bersedia membayar 19% lebih tinggi dari Rp84.000 dan 6 orang bersedia membayar 79% lebih tinggi dari Rp84.000. Berdasarkan persentase tersebut maka dapat kita ambil kesimpulan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat kesediaan membayar antara 5% - 7% lebih tinggi dari Rp84.000. Hal ini mengkonfirmasi penelitian yang dilakukan oleh Hamzoui dan Zahaf (2012) yang pada penelitiannya menjelaskan bahwa sebagian besar konsumen tidak bersedia membayar diatas 10% - 20% dari harga yang telah ditetapkan.

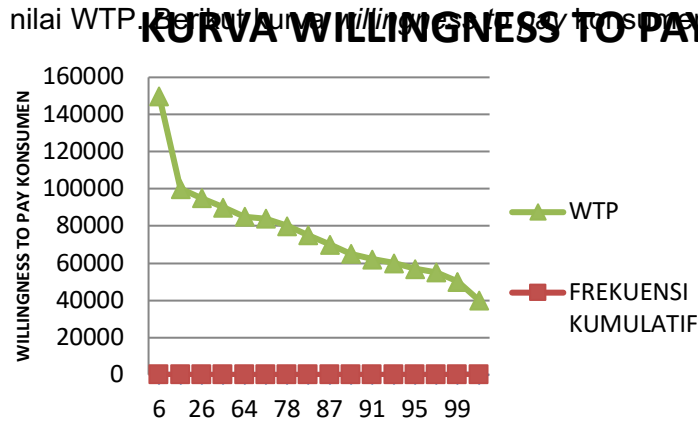
Sehubungan dengan itu, dapat kita lihat juga pada tabel di atas bahwa rata-rata besar nilai kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin berdasarkan hasil rumus Rataan *Willingness to Pay* (EWTP) yaitu sebesar Rp87.410,00. Harga ini lebih tinggi dari harga yang telah ditetapkan oleh pihak rumah makan yaitu Rp84.000. Oleh karena itu, nilai rataan WTP tersebut menandakan adanya surplus konsumen, karena nilai WTP yang diinginkan responden lebih besar dari nilai rataan WTP yaitu sebesar Rp3.410,00. Walaupun harga tersebut terbilang cukup mahal, tetapi 64 dari 100 responden mengaku bersedia dan mampu untuk membayar Asam Pedas Ikan Patin tersebut diatas harga yang sudah ditetapkan.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dhiska (2012) yang pada penelitian tersebut didapatkan hasil nilai rataan WTP untuk beras analog yaitu seharga Rp22.610,00 per 800 gram. Harga ini tentunya lebih besar kalau dibandingkan dengan harga yang telah ditetapkan oleh pihak Serambi Botani yaitu Rp 20.000,00 per 800 gram. Sehingga dalam hal ini terdapat surplus konsumen yaitu Rp2.610,00. Walaupun harga

dari beras analog terbilang cukup mahal, namun 72 dari 100 responden mengaku masih mampu dan bersedia membayar beras analog tersebut dengan harga diatas harga yang sudah ditetapkan oleh pihak Serambi Botani. Kesediaan mereka tersebut juga dikarenakan para responden Serambi Botani merupakan konsumen yang peduli akan kesehatan mereka sehingga lebih memilih untuk mengonsumsi makanan yang bersifat organik atau alami yang dianggap kaya akan gizi dan tentunya baik untuk kesehatan.

Kurva WTP

Untuk membuat Kurva WTP, dibuat berdasarkan frekuensi kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai WTP. Berikut kurva *Willingness to Pay* Asam Pedas Ikan patin :



Sumber : Hasil Data Olahan Primer (2020)

Gambar1. Kurva Willingness to Pay Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan gambar di atas Kurva *Willingness to Pay* pembelian Asam Pedas Ikan Patin menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu semakin tinggi harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Kurva tersebut juga memperlihatkan bahwa nilai WTP yang paling dibayar konsumen adalah Rp40.000 dan nilai WTP paling tinggi dibayar konsumen adalah Rp150.000,00. Dan sebanyak 64 responden yang bersedia membayar diatas harga yang telah ditetapkan yaitu Rp84.000.

Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Kurva *Willingness to Pay* pembelian ayam goreng menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu semakin tinggi harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Nilai WTP terendah adalah Rp 5.000 dan nilai WTP tertinggi adalah sebesar Rp 60.000.

Agregat Data (Total WTP)

Untuk menentukan nilai agregasi WTP, didapatkan dari perkalian rata-rata antara nilai rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin dengan jumlah responden yang bersedia membayar. Nilai agregasi WTP ini nantinya akan sangat berguna bagi pihak rumah makan karena dapat digunakan sebagai informasi mengenai nilai penjualan dengan nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen terhadap produk Asam Pedas Ikan Patin. Nilai Agregasi WTP dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Nilai Agregasi WTP

Nilai Rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin	Jumlah Responden yang Bersedia	Nilai Agregasi
Rp. 87.410	64	Rp. 5.594.240

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jumlah nilai agregasi WTP Asam Pedas Ikan Patin diperoleh Rp 5.594.000,00. Dari hasil perhitungan tersebut memungkinkan pihak rumah makan untuk melihat potensi harga yang dapat dikembangkan dari penetapan nilai rata-rata WTP konsumen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesiediaan Membayar Asam Pedas Ikan Patin

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Guruh dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik. Uji statistik yang digunakan dalam analisis regresi logistik adalah uji secara keseluruhan (*overall test*) dengan menggunakan uji *likelihood ratio* (uji G), uji parsial dengan menggunakan uji Wald dan Interpretasi Odds Ratio.

Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui variabel independen memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik.

Tabel 5. Hasil Uji *likelihood ratio*

<i>Omnibus Test of Model coefficient</i>		
Chi square	Df	Sig (<i>p-value</i>)
43,888	7	0,000

Sumber : Hasil Output Regresi Logistik, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil pengujian secara keseluruhan (*overall test*) dengan menggunakan uji *likelihood ratio* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil pengujian secara keseluruhan dengan menggunakan *likelihood ratio* diperoleh nilai *chi-square* sebesar 43,888 dengan tingkat *p-value* sebesar 0,000. Oleh karena itu, tingkat signifikansi yang diperoleh $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan kesiediaan membayar lebih yang telah di buat maka terima H1 dan tolak H0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

sekurang-kurangnya terdapat satu variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuriana (2013) yang pada hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai *Chisquare* pada model tersebut sebesar 29,898 dengan signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat minimal satu variabel yang berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen pada pembelian kosmetik wardah.

Pengujian Parameter

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Wald (W). Hasil uji parsial dengan menggunakan Uji Wald dilakukan agar dapat melihat variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen secara parsial.

Tabel 6. Hasil Uji Wald

Variabel	B	S.E	Wald	Df	Sig	Simpulan
Usia	1,539	0,715	4,637	1	0,031*	Signifikan
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	1	0,841	Tidak signifikan
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	1	0,145	Tidak signifikan
Karyawan (swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	1	0,021*	Signifikan
Wirusaha	-3,783	1,740	4,725	1	0,030*	Signifikan
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	1	0,192	Tidak signifikan
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	1	0,009*	Signifikan
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	1	0,001*	Signifikan
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	1	0,022*	Signifikan
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	1	0,170	Tidak signifikan
Constant	-1,512	4,221	0,128	1	0,720	-

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Dapat kita lihat pada tabel di atas bahwa variabel usia memiliki nilai *wald* sebesar $4,637 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,031 < \alpha$ (0,05). Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel usia memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa nilai *wald* dari variabel jenis kelamin sebesar $0,040 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,841 > \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel jenis kelamin tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Daulay (2012) yang menyatakan bahwa perempuan biasanya lebih mengerti terhadap hal-hal yang berhubungan dengan konsumsi keluarga dalam pengambil keputusan dalam pembelian produk di Kota Bogor dibandingkan dengan laki-laki. Kemudian menurut Radam *et al.* (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa perempuan lebih peduli terhadap

kesehatan dibandingkan dengan laki-laki pada saat ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara jenis kelamin dengan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Kemudian untuk variabel pekerjaan Pelajar/Mahasiswa memiliki nilai *wald* sebesar $2,120 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,145 > \alpha$ (0,05). Selain itu untuk Pekerjaan Lainnya memiliki nilai *wald* sebesar $1,703 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,192 > \alpha$ (0,05). Berdasarkan tabel diatas menunjukkan kedua variabel tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin. Variabel pekerjaan selanjutnya adalah Karyawan Swasta/Negeri memiliki nilai *wald* sebesar $5,289 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,021 < \alpha$ (0,05) dan untuk pekerjaan Wirausaha memiliki nilai *wald* sebesar $4,725 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,030 < \alpha$ (0,05).

Berdasarkan Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel pekerjaan karyawan dan wirausaha tersebut memiliki nilai yang signifikan dan berpengaruh terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin. Oleh karena itu variabel pekerjaan secara keseluruhan dianggap tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin dikarenakan masih adanya nilai variabel dari beberapa jenis pekerjaan yang masih tidak signifikan. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Ratulangi (2016). Dimana dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai variabel pekerjaan sebesar $0,002 < 7,325$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,962 > (0,05)$. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel pekerjaan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar terhadap produk olahan durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor.

Selanjutnya untuk variabel pendidikan memiliki nilai *wald* sebesar $6,838 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,009 < \alpha$ (0,05). Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel pendidikan memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Dipeolu (2016) yang menjelaskan bahwa variabel tingkat Pendidikan secara positif dan signifikan mempengaruhi konsumen untuk bersedia membayar produk organik, nilai signifikan variabel tingkat pendidikan yaitu sebesar $(0,06 < 0,1)$.

Berdasarkan hal itu dapat diartikan bahwa variabel tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kesediaan konsumen membayar produk organik pada tingkat kepercayaan 90%. Selain itu juga diperkuat dengan hasil penelitian dari Aufanada (2017) dengan nilai koefisien variabel pendidikan bernilai positif (1,659) memberikan arti bahwa responden dengan pendidikan yang lebih tinggi akan mengambil keputusan untuk bersedia membayar produk organik dan menyatakan bahwa tambahan pendidikan formal setiap tahun dapat meningkatkan kemungkinan konsumen membayar produk organik. Menurut Rofiatin (2018)

bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan bersedia membeli sayur organik yang diakibatkan oleh bertambahnya ilmu pengetahuan mereka tentang produk-produk pangan yang sehat serta isu-isu pencemaran lingkungan dibandingkan dengan konsumen yang berpendidikan dasar.

Nilai *wald* dari variabel pendapatan sebesar $11,523 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,001 < \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sesuai dengan pendapat Sriwaranun *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kesediaan konsumen membeli produk dengan harga yang lebih tinggi dengan pendapatan rumah tangga konsumen, dan hubungannya cenderung positif. Hubungan positif diinterpretasikan bahwa konsumen dengan jumlah pendapatan rumah tangga yang lebih tinggi memiliki kemungkinan yang lebih tinggi pula untuk bersedia membayar lebih dari harga saat ini.

Selanjutnya nilai *wald* dari variabel kualitas produk sebesar $2,524 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,022 < \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh AUFANADA (2017). Dimana pengujian terhadap variabel kualitas produk memperoleh hasil nilai signifikansi sebesar $0,006$ ($p \text{ sig.} < \alpha$), sehingga H_0 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas secara signifikan berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen produk sayur organik. Penilaian terhadap kualitas suatu produk berkaitan dengan wawasan setiap individu, gaya hidup serta konsep diri, sehingga setiap konsumen dapat memiliki persepsi dan penilaian yang berbeda-beda untuk menilai produk sayur organik.

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *wald* sebesar $1,882 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,170 > \alpha$ (0,05). Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai *wald* dari variabel kualitas pelayanan sebesar $2,247 < 5,029$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,134 > (0,05)$. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar terhadap pembelian ayam goreng di Warung Seafood 2000, Medan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan penjabaran di atas menunjukkan bahwa variabel usia, pendidikan, pendapatan dan kualitas produk secara signifikan berpengaruh nyata terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan

Pondok Guruh Pekanbaru. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi logistik sebagai berikut :

$$\text{Logit (y)} = -1,512 + 1,539\text{usia} - 2,033\text{pendidikan} + 3,056\text{pendapatan} + 1,375\text{kualitas produk}$$

Interpretasi Odds Ratio

Nilai Odds ratio ini juga disediakan oleh tabel “Variables in The Equation” pada kolom Exp(B) berikut :

Tabel 7. Variables in The Equation

Variabel	B	S.E	Wald	Sig	Odds ratio Exp (B)
Usia	1,539	0,715	4,637	0,031*	4,659
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	0,841	0,942
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	0,145	0,076
Karyawan(swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	0,021*	0,011
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	0,030*	0,023
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	0,192	0,048
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	0,009*	0,131
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	0,001*	21,253
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	0,022*	3,954
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	0,170	0,867
Constant	-1,512	4,221	0,128	0,720	

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Berdasarkan hasil di atas dapat kita menginterpretasikan Odds ratio sebagai berikut :

1. Semakin bertambahnya usia seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 4,659 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015). Dalam penelitiannya menyatakan bahwa nilai odds ratio variabel usia sebesar 0.892 sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin bertambahnya usia seseorang maka peluang mereka untuk bersedia membayar lebih tinggi terhadap sayuran organik yaitu 0.892 kali lipat dibandingkan dengan konsumen yang usianya lebih muda.
2. Kecenderungan seseorang yang berjenis kelamin laki-laki untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,942 kali lebih rendah jika dibandingkan seseorang yang berjenis kelamin perempuan. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015) yang pada hasil penelitiannya menyebutkan bahwa nilai odds ratio pada variabel jenis kelamin yaitu sebesar 19.237 sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen dengan jenis kelamin perempuan memiliki kesediaan membayar lebih tinggi terhadap sayuran organik yaitu 19.237 kali lipat dibandingkan konsumen yang berjenis kelamin laki-laki. Hal ini disebabkan pada masa sekarang wanita sudah memiliki kualitas sumber daya manusia yang lebih baik dai sehingga memiliki daya saing yang lebih baik pula. Wanita juga sering dijadikan target utama untuk produk-produk alami, salah satunya adalah sayuran.

3. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,076 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
4. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Karyawan Swasta/Negeri untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,011 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
5. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Wirausaha untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,023 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
6. Kecenderungan seseorang yang bekerja dengan Pekerjaan Lainnya untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,048 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan selain pekerjaan tersebut.
7. Semakin bertambahnya pendidikan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 0,131 kali lipat. Hasil ini diperkuat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015) yang didalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa nilai *odds ratio* variabel pendidikan sebesar 6.877. Hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen dengan pendidikan perguruan tinggi memiliki peluang kesediaan membayar lebih tinggi untuk sayuran organik yaitu 6.877 kali lipat. Konsumen yang memiliki pendidikan lebih tinggi dianggap memiliki daya tangkap tinggi sehingga yang lebih mudah untuk menerima setiap informasi yang ada termasuk tentang pentingnya mengonsumsi sayuran organik. Hal ini memperkuat pendapat Sumarwan (2011) yang menyatakan bahwa seorang konsumen yang memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi akan sangat responsif terhadap suatu informasi dan hal tersebut mempengaruhinya dalam pengambilan keputusan suatu produk.
8. Semakin bertambahnya pendapatan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 21,253 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian dari Christdavina (2013) yang menunjukkan bahwa nilai *odds ratio* dari pendapatan yaitu sebesar 31.306 yang berarti konsumen dengan pendapatan tinggi memiliki peluang 31.306 kali untuk bersedia membayar lebih mahal untuk sayuran organik dibandingkan dengan konsumen dengan pendapatan rendah. Hasil tersebut membuktikan hasil penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Najib (2014) yang menyatakan bahwa semakin besar tingkat pendapatan konsumen, maka semakin besar pula kesediaan membayar konsumen terhadap produk sayuran organik.
9. Semakin meningkatnya kualitas produk rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 3,954 kali lipat. Hasil tersebut mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh Aufanada (2017)

dengan nilai *odds ratio* yaitu 2,345 kali lipat untuk bersedia membayar lebih mahal dari harga yang telah ditetapkan.

10. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 0,867 kali lipat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Besarnya nilai yang bersedia dibayarkan konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin berdasarkan hasil rumus rata-rata *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp87.410,00. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin adalah variabel usia, pendapatan, pendidikan, dan kualitas produk.

Saran

RM. Pondok Gurih Pekanbaru harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen sehingga konsumen merasa lebih senang dan puas berada di RM. Pondok Gurih Pekanbaru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Pemilik (*Owner*) Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru dan juga para karyawan yang telah mengizinkan, membantu dan mendukung dalam penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Agustina. (2019). Analisis *Willingness to Pay More* Terhadap Pembelian Ayam Goreng di Warung Seafood 2000, Medan. Medan: Skripsi USU.
- Alfasiri. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Adelina. (2013). Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Aufanada, V. E. (2017). Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 3(2).
- Celona, N. (2015). Analisis Kesediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik Giant Hypermarket, Kota Bogor. Bogor: IPB.
- Christdavina, N. (2013). Analisis *Willingness to Pay* Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Saran Bakti. Bogor: IPB.
- Creswell, J.(2012). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Daulay, W. M. (2012). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Mie Instant Sayur di Serambi Botani. Bogor: IPB.
- Dhiska, A. S. (2012). Analisis Kesiediaan Membayar Beras Analog di Serambi Botani. Bogor: Skripsi FEB IPB.
- Dipeolu, A. O. (2016). *Factors influencing Willingness to Pay for Organic Vegetables among Civil Servants in a Developing Country*. Nigeria: International Journal of Vegetable Science. Departement of agriculture economics and farm management, federal university of agriculture, Abeokuta.
- Firdaus, M., & Farid, M. A. (2011). Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis. Bogor: IPB Press.
- Hamzaoui, L., & Zahaf, M. (2012). *Canadian Organic Food Consumers Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices*. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* , 24(1): 1-21.
- Imaslihkah, S. M. (2013). Analisis Regresi Logistik Ordinal Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 di ITS Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS* , 2(2): 177-182.
- Kamal, M. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Pengguna Trans Jogja. Yogyakarta: Skripsi UMY.
- Khairuman, S. (2011). Budidaya Patin Super. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Nuriana, W. D. (2013). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor*. <https://doi.org/10.1136/bmj.37938.645220.EE> .
- Priambodo, L. (2014). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sayur Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. *Jurnal IPB* , 5(1): 5-12.
- Radam, A. Y. (2010). *Consumer's Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay toward Food Products with "No Added MSG" Labelling*. *International Journal of Marketing Studies* .
- Ratulangi, R. (2016). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Produk Olahan Durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor*. Bogor: Pascasarjana IPB.
- Rofiatin, d. (2018). Pola WTP dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayuran Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang. Malang: Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.
- Salma, & Indah. (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Dinamika Pembangunan* , 1(2): 153-165.
- Sarwono, J. (2011). Mixed Method. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sriwaranun, Y. C. (2015). Consumer's Willingness to Pay for Organic Products in Thailand. *International Journal of Social Economics* , 42(5): 480-510.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.

REVIEW EDITOR 2
FILE 276-1189-2-ED
TANGGAL 23 AGUSTUS 2020

Kepada Penulis, berikut beberapa hasil telaah editor 2 atas artikel anda:

1. Scope: sesuai
2. Judul: Mengapa riset dilakuakn di RM ini belum dimuat di latar belakang secara memadai! Jika hal ini tidak terpenuhi, maka alasan riset dilakukan menjadi kurang penting, sehingga kontribusi praktis riset juga diragukan!
3. Cara penulisan: cukup banyak yang perlu disesuaikan dengan pedoman penulisan Bahasa Indonesia yang benar, misalnya pemilihan kata baku, susunan kalimat SPOK, anak kalimat, penulisan paragraph yang lazim, penulisan angka dalam tabel, dll dicek sendiri.
4. References: tambahkan yang terbaru, max 10 tahun terakhir!
5. Perbaiki abstrak, saran
6. Uji plagiarism with Turnitin: 19% similarity, sudah memenuhi, sebaiknya dipertimbangkan untuk diturunkan, termasuk setelah revisi total perlu dicek ulang.
7. Dan lain-lain lihat komentar di sebelah kanan!

Salam,

Editor 2

CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ASAM PEDAS IKAN PATIN DI RUMAH MAKAN PONDOK GURIH PEKANBARU

Fitri Yuliasma¹⁾, Trisla Warningsih²⁾, Darwis AN²⁾

¹⁾Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau

²⁾Dosen Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau

Received: May, 2020 /Accepted:

ABSTRACT

Research on consumer willingness to pay for the purchase of Spicy Acid Catfish was conducted at Pondok Gurih Pekanbaru Restaurant in January 2020 - February 2020. Pondok Gurih Restaurant is located at Sudirman Street No. 202 Pekanbaru. The research with a survey method. The population used is consumers Pondok Gurih Pekanbaru Restaurant. The samples are consumers who buy food and then eat on the spot and willing to be interviewed. The number of respondents in this study totaled 100 people. This research aims to calculate the value of consumers willingness to pay for the purchase of Spicy Acid Catfish and to analyze the factors that influence consumers willingness to pay for the purchase of Spicy Acid Catfish. Data analysis method used in this research is Logistic Regression. The result of the research shows that the average value of the cost willing to be paid by consumers is Rp. 87,410.00 with the lowest WTP value of Rp. 40,000 and the highest was Rp. 150,000 The variable that significant in affecting consumers willingness to pay additional cost for of Spicy Acid Catfish at Pondok Gurih Pekanbaru Restaurant are age, income, education, gender and product quality.

Keywords : Willingness To Pay, Logistic Regression

ABSTRAK

Commented [Editor2ZA1]: Mengapa di RM ini? Belum dimuat di latar belakang secara memadai! Jika hal ini tidak terpenuhi, maka alasan riset dilakukan menjadi kurang penting, sehingga kontribusi praktis riset juga diragukan!

Commented [Editor2ZA2]: Selama peer review oleh reviewer, identitas penulis, asal dan alamat instansi, dan juga identitas di header/footer, sementara di delete dulu, nanti saat revisi terakhir dari 2 reviewer atau atas request editor, bisa dilengkapi lagi

Commented [Editor2ZA3]: IDR

Commented [Editor2ZA4]: Abstrak setidaknya memuat: pentingnya penelitian (gap dan solusi yang ditawarkan), metode penelitian (jenis dan metode penelitian, populasi dan sampel, Teknik pengambilan data, metode analisis data), hasil dan pembahasan, kesimpulan dan saran.

The red color belum termuat di abstrak anda, jaga agar max 200 kata.

Perbaiki isi ABSTRACT in English setelah versi Bahasa anda revisi!

Penelitian tentang kesediaan konsumen untuk membayar pembelian Asam Pedas Ikan Patin telah dilakukan di Restoran Pondok Gurih Pekanbaru pada Januari 2020 - Februari 2020. Restoran Pondok Gurih terletak di Jalan Sudirman No. 202 Pekanbaru. Metode yang digunakan metode survei. Populasinya merupakan konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli makanan dan kemudian makan di tempat dan bersedia untuk diwawancarai. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai kesediaan konsumen untuk membayar pembelian Asam Pedas Ikan Patin dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan konsumen untuk membayar pembelian Asam Pedas Ikan Patin. Penelitian dilakukan dengan analisis Regresi Logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata biaya yang harus dibayar oleh konsumen adalah Rp. 87,410.00 dengan nilai WTP terendah Rp. 40.000 dan yang tertinggi yaitu Rp. 150.000 Variabel yang signifikan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membayar biaya tambahan untuk Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru adalah usia, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, serta kualitas produk.

Kata kunci : Kesediaan Membayar, Regresi Logistik.

PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru yang terletak di Provinsi Riau terkenal akan jasa dan perdagangannya. **Kemudian** usaha bidang kuliner di Kota Pekanbaru saat ini sedang berkembang sangat pesat. **Baik** yang baru mulai, usaha yang sedang proses perkembangan serta usaha kuliner moderen dengan menggunakan konsep makanan siap saji ataupun tempat makan khas melayu atau **tradisional.Meningkatnya** penderita penyakit berbahaya atau kronis seperti jantung, kanker, struk, diabetes, dan diabetes akibat pola hidup modern yang tidak sehat yakni suka dan sering mengonsumsi makanan yang membahayakan kesehatan seperti **makanana** cepat saji. Hal ini menimbulkan kesadaran masyarakat untuk beralih menuju ke kehidupan yang alami atau sehat. Salah satunya yaitu mengonsumsi makanan yang mengandung banyak gizi, seperti Asam Pedas Ikan Patin. Ikan Patin terbukti memiliki gizi yang cukup tinggi terkandung **didalamnya diantaranya** lemak tak jenuh dan protein. Untuk mencegah terjadinya penumpukan lemak, penyumbatan di pembuluh darah serta berbagai macam penyakit diantaranya jantung koroner dan kardiovaskuler (Khairuman, 2011).

Salah satu restoran yang menyediakan masakan khas Asam Pedas Ikan Patin adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Rumah makan ini juga menjadikan Asam Pedas Ikan Patin sebagai menu andalannya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bahan baku ikan yang diproduksi oleh Rumah Makan Pondok Gurih sebagai **berikut** :

Tabel 1. Jumlah produksi Bahan Baku Ikan Rumah Makan Pondok Gurih

No	Jenis Ikan	Jumlah Produksi (Kg/Bulan)
1	Ikan Patin	750
2	Ikan Baung	670
3	Ikan Gurami	650
4	Ikan Kakap	450
5	Ikan Kerapu	180

Sumber : Rumah Makan Pondok Gurih, 2020

Berdasarkan Tabel 1 dapat kita **lihat** bahwa banyaknya bahan baku ikan Patin merupakan ikan dengan jumlah produksi yang paling banyak yaitu sekitar 750 kg/bulan. ikan

Commented [Editor2ZA5]: Spasi: 1,5 ya!
DII cek dan sesuaikan template!

Commented [Editor2ZA6]: Words with red color harap dicermati, cukup banyak ketidaklaziman penulisan menggunakan Bahasa Indonesia.

Saran: Cek secara menyeluruh.
Proses review akan dilanjutkan jika tulisan anda juga telah memenuhi Pedoman Bahasa Indonesia yang benar.

Commented [Editor2ZA7]: Alasan mengapa memilih RM ini, belum dimuat!

Commented [Editor2ZA8]: Istilah yang dipakai tidak lazim (dari banyaknya bahan baku ikan yang diproduksi)

Commented [Editor2ZA9]: Unsuitable title!

Commented [Editor2ZA10]: Center position!

patin adalah jenis ikan mendominasi Hal ini disebabkan permintaan terhadap jenis ikan patin sangat banyak oleh konsumen. Sehingga pihak rumah makan memproduksi lebih banyak. Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru ini merupakan Ikan Patin Sungai.

Tak hanya terkenal dengan beragam menu masakan khas **melayunya tetapi** rumah makan ini juga terkenal dengan bangunan tradisional khas melayunya. Rumah makan ini terletak di pusat kota dimana berdekatan dengan perkantoran, pusat perbelanjaan dan tempat publik lainnya sehingga selain menjadi tempat makan, rumah makan ini kerap dijadikan sebagai tempat pertemuan antar kolega bisnis, tempat bersantai untuk keluarga, ataupun sebagai tempat wisata bagi para wisatawan. Harga yang ditawarkan untuk masakan berbahan utama ikan di rumah makan ini terbilang cukup mahal, termasuk juga harga dari Asam Pedas Ikan Patin. Tak heran jika pelanggan dari rumah makan ini rata-rata memiliki pendapatan yang cukup besar. Meskipun harganya cukup mahal, tetapi peminat menu Asam Pedas Ikan Patin **dirumah** makan ini tetap banyak. **Karena** kualitas produk yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan dari para konsumen.

Willingness to pay ialah kesediaan membayar lebih oleh konsumen guna memperoleh suatu barang atau jasa, dan menilai penghargaan konsumen dari manfaat yang diperoleh. Selain itu juga diartikan sebagai tolak ukur konsumen dalam mengorbankan barang untuk memperoleh barang lainnya. WTP adalah metode yang dilakukan untuk melihat nilai maksimum bersedia membayar konsumen untuk meningkatkan kualitas produk (Kamal, 2014).

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang, maka peneliti tertarik menganalisis judul "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Pembelian Menu Ayam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru".

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian dilakukan di Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru pada bulan tanggal Januari 2020 – Februari 2020.

Metode Sampling

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampel *non probabilitas*, dimana populasi dipilih berdasarkan metode *purposif sampling* yang dapat dijadikan sumber informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2011). Sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang membeli makanan kemudian makan di tempat dan bersedia diwawancarai. Sedangkan populasi yang digunakan adalah konsumen Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru, dengan jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti. Responden dalam penelitian sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus Cochran (Sarwono, 2011).

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan satu digunakan metode *Contingen Valuation Method*. Menurut Hanley dan Spash *dalam* (Salma & Indah, 2012) nilai kesediaan membayar dalam analisis CVM terdapat beberapa tahapan diantaranya :

a. Membuat Pasar Hipotetis

Pada pasar hipotesis ini kita akan membuat sebuah gambaran alasan mengapa kita harus membayar lebih terhadap suatu produk tersebut. Penelitian ini menjelaskan bahwa sangat dianjurkan konsumen untuk mengonsumsi Ikan Patin karena Ikan Patin memiliki banyak kandungan gizi.

b. Besarnya nilai WTP

Untuk mendapatkan nilai WTP peneliti melakukan wawancara terhadap responden melalui kuesioner. Nilai WTP tersebut ditentukan dengan metode *bidding game* (metode tawar-menawar yaitu responden mendapatkan tawaran dari nilai terkecil sampai besar). Maka diperoleh nilai WTP maksimum yang bersedia dibayar konsumen.

Commented [Editor2ZA11]: METODE

Commented [Editor2ZA12]: Kurang jenis dan metode penelitian

c. Perkiraan Nilai Rataan WTP

Nilai rataan WTP dapat diperkirakan berdasarkan total keseluruhan nilai WTP kemudian dibagi jumlah responden. Pendugaan nilai rata-rata WTP dihitung berdasarkan rumus :

$$EWTP = \frac{wi}{n} \quad (1)$$

Dimana :

$EWTP$ = Pendugaan Rataan nilai WTP
 wi = Nilai WTP
 n = Jumlah Responden
 i = Responden bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

d. Menduga Kurva WTP

WTP diregresikan sebagai variabel tidak bebas dengan beberapa variabel bebas.

$$W = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (2)$$

Keterangan :

W = Besarnya Nilai WTP
 X = Variabel Bebas

e. Menjumlahkan Data

Untuk menjumlahkan data nilai WTP responden dihitung berdasarkan rumus:

$$TWTP = WTPi \left(\frac{ni}{N} \right) \cdot P \quad (3)$$

Keterangan :

$TWTP$ = Total WTP
 Ni = WTP Individu
 N = Jumlah responden bersedia membayar (sesuai WTP)
 P = Jumlah Populasi
 i = Responden bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

Untuk menjawab tujuan dua dari penelitian maka digunakan Analisis Regresi Logistik. Menurut (Firdaus & Farid, 2011) Regresi logistik merupakan bagian analisis regresi yang berfungsi untuk mengetahui faktor secara signifikan berpengaruh dengan kesediaan membayar konsumen. Jika variabel dependen bersifat kategorik dan dummy sehingga menggunakan analisis regresi logistik. Persamaan yang digunakan yaitu :

$$\log(Y) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + \epsilon \quad (4)$$

Keterangan :

Y = WTP (0 = Tidak bersedia, 1 = Bersedia membayar lebih)
 b_0 = Nilai Konstanta
 $b_{1,2,3,\dots}$ = Nilai koefisien usia, jenis kelamin, pendapatan, kualitas produk, kualitas pelayanan, pekerjaan, pendidikan.
 X_1 = Usia
 X_2 = Jenis Kelamin
 X_3 = Pendapatan

- X₄ = Kualitas Produk
- X₅ = Kualitas Pelayanan
- X₆ = Pekerjaan
- X₇ = Pendidikan
- e = Varians pengganggu

Untuk memeriksa kebaikan suatu model maka dapat dilakukan pengujian statistik. Uji statistik pada regresi logistik adalah sebagai berikut:

1. Uji Signifikansi Model

Uji ini dapat melihat apakah variabel independen berpengaruh signifikan dengan variabel dependen secara bersamaan (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik (Imaslihkah, 2013). Persamaan statistik uji yaitu :

$$G^2 = -2 \ln \left(\frac{L_0}{L_i} \right) \quad (5)$$

Keterangan:

- L₀ = Nilai maksimum *likelihood* dari model reduksi
- L_i = Nilai maksimum *likelihood* dari model penuh

2. Pengujian Parameter

berfungsi mengetahui keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependen (Imaslihkah, 2013). Uji ini berdasarkan Uji Wald (W). Persamaan statistik uji yang digunakan yaitu :

$$w = \left(\frac{\beta_i}{SE(\beta_i)} \right)^2 \quad (6)$$

Dimana :

- W = Nilai Wald
- B_i = Nilai Koefisien X
- SE (β_i) = Galat dari kesalahan β_i

3. Uji Odds Ratio

Rasio odd merupakan uji statistik yang berfungsi untuk melihat rasio peluang akan kesuksesan atau tidaknya dari respon yang diberi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru

Seiring berjalannya waktu, bisnis rumah makan kian berkembang semakin pesat di berbagai tempat, tidak terkecuali di Kota Pekanbaru. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih yang merupakan rumah makan berskala menengah yang telah berkecimpung dalam bidangnya sejak tahun 1994. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Anton Basarah yang berlokasi di jalan Jendral Sudirman No. 202. Rumah makan ini menganut konsep rumah makan tradisional dan memiliki nuansa melayu yang sangat kental. Hal ini terlihat dari pondasi bambu yang mendominasi ditambah dengan lingkungan pondok yang bersih. Kemudian ketika kita tiba di Rumah Makan ini maka akan ada sambutan secara langsung dari pelayan dengan disertai bunyian gong, dan menggunakan pakaian adat melayu yang lengkap juga. Meskipun rumah makan ini terkenal dengan nuansa melayunya yang kental tetapi makanan yang disajikan merupakan masakan nusantara mulai dari masakan khas melayu, minang maupun jawa.

Rumah Makan Pondok Gurih beroperasi dari jam 10.00-22.00 WIB. Adapun jumlah karyawan yang terdapat di Rumah Makan Pondok Gurih mencapai 35 orang diantaranya 14 perempuan dan 21 laki-laki. Seiring perkembangannya, kini rumah makan ini tak hanya

berada di Pekanbaru, tetapi sudah membuka cabang di daerah lain yaitu di Batam tepatnya di Jalan Raja H. Fisabilillah. Selain terkenal dengan makanan khas melayunya, Rumah Makan Pondok Gurih juga terkenal akan prestasinya. Prestasi yang pernah diraih oleh rumah makan ini yaitu mendapatkan penghargaan dari Dinas Pariwisata dan juga Penghargaan rumah makan bersih di Kota Pekanbaru oleh Walikota Pekanbaru.

Rumah Makan Pondok Gurih ini memiliki halaman dan tempat parkir yang sangat luas. Rumah makan ini juga menawarkan tempat yang memiliki suasana yang tenang, nyaman, menyejukkan dan juga menyenangkan. Rumah makan pondok gurih dilengkapi fasilitas pendukung seperti arena bermain anak, ruangan khusus AC, musik, panggung pesta dan musholla. Rumah Makan Pondok Gurih sengaja di *design* untuk konsumen yang berkunjung dari dalam maupun luar kota. Tidak jarang banyak para pejabat pemerintahan yang selalu meluangkan waktunya untuk makan di restoran ini salah satunya yaitu Bapak H. Syamsuar dan Bapak Joko widodo yang pernah singgah ke Pondok Gurih ini.

Konsumen Asam Pedas Ikan Patin

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan karakteristik responden. Adapun responden selaku konsumen laki-laki lebih mendominasi, dengan umur >35 tahun, pendidikan responden yang berkunjung rata-rata lulusan Akademi/Universitas, dan penghasilan >Rp3.500.000 per bulan, memiliki pekerjaan Karyawan Negeri/Swasta. Membeli Asam Pedas Ikan Patin dengan harga dari Rp85.000 – Rp 150.000 dengan frekuensi pembelian produk Asam Pedas Ikan Patin adalah tidak menentu.

Menghitung Nilai WTP Konsumen Terhadap Pembelian Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan pada 100 responden, ditemukan bahwa terdapat 64 respon bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih dari Rp 84.000,00. Sedangkan sisanya sebanyak 36 responden tidak bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih dari Rp 84.000,00 dan memilih harga lebih rendah atau sama dengan harga yang ditawarkan. Responden bersedia membayar diatas harga yang ditawarkan karena menurut pengetahuan mengkonsumsi makan berbahan baku ikan yang diolah dengan rempah-rempah alami akan lebih mendatangkan banyak manfaat dibanding mengkonsumsi makanan cepat saji atau *fast food*. Sedangkan ketidaksediaan para responden dikarenakan mereka tidak mampu membayar dan responden belum mengetahui secara baik keunggulan atau manfaat yang didapat jika mengkonsumsi daging ikan terutama ikan patin itu sendiri.

Nilai EWTP sampel dihitung dari hasil distribusi WTP responden berdasarkan rumus EWTP. Nilai dihitung menurut kelas yang telah diurutkan dari yang kecil sampai terbesar. Nilai EWTP dari dugaan rata-rata WTP terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin pada tabel berikut :

Tabel 2. Distribusi Rata-Rata WTP

Kelas WTP Konsumen (Rp)	Frekuensi (Orang)	Frekuensi Kumulatif	Frekuensi Relatif (Pfi) %	EWTP (Rp)	Total WTP
40.000	1	100	0,01	400	40.000
50.000	3	99	0,03	1500	150.000
55.000	1	96	0,01	550	55.000
57.000	1	95	0,01	570	57.000
60.000	3	94	0,03	1800	180.000
62.000	1	91	0,01	620	62.000
65.000	3	90	0,03	1950	195.000
70.000	4	87	0,04	2800	280.000
75.000	5	83	0,05	3750	375.000

Commented [Editor2ZA13]: Center position!

80.000	6	78	0,06	4800	480.000
84.000	8	72	0,08	6720	672.000
85.000	14	64	0,14	11900	1.190.000
90.000	24	50	0,24	21600	2.160.000
95.000	11	26	0,11	10450	1.045.000
100.000	9	15	0,09	9000	900.000
150.000	6	6	0,06	9000	900.000
TOTAL	100		1	87.410	8.741.000

Sumber : Hasil Data Olahan Prime (2020)

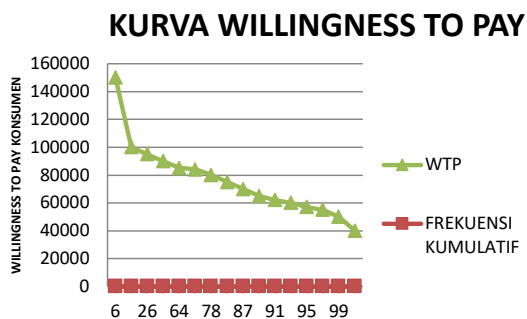
Berdasarkan tabel distribusi rata-rata WTP di atas maka dapat diketahui bahwa kesediaan membayar responden berjumlah 14 responden dengan persentase 5% >Rp84.000, 24 orang bersedia membayar 7% >Rp84.000, 11 orang bersedia membayar 13% >Rp84.000, 9 orang bersedia membayar 19% >Rp84.000 dan 6 orang bersedia membayar 79% >Rp84.000. Tingkat kesediaan responden membayar sebagian besar berada pada persentase 5%-75% >Rp84.000. Menurut (Hamzaoui & Zahaf, 2012) mengatakan bahwa konsumen yang tidak bersedia membayar sebagian besar >10%-20% dari harga biasa, dan terjadinya penurunan pada permintaan pangan organik dengan harga >20%.

Sehubungan dengan itu, dapat kita lihat juga pada tabel di atas bahwa rata-rata besar nilai kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin berdasarkan hasil rumus Rataan *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Nilai tersebut cukup besar daripada harga sebelumnya dari pihak rumah makan adalah Rp84.000/porsi. Dari nilai rata-rata tersebut terdapat nilai surplus konsumen disebabkan nilai WTP yang diminta konsumen cukup besar dari nilai rata-rata WTP yaitu Rp 3.410,00. Sebanyak 64 responden masih bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih tinggi meskipun harga tersebut tergolong mahal.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian (Dhiska, 2012). Dimana hasil penelitiannya diperoleh nilai rata-rata WTP untuk beras analog terdapat jumlah Rp 22.610,00/800 gr. Jika dibandingkan harga yang ditawarkan dari Serambi Botani maka nilai ini lebih besar Rp 20.000,00/800 gr. Adanya surplus konsumen yang dapat diketahui dari nilai rata-rata tersebut, disebabkan nilai WTP sesuai keinginan konsumen lebih besar dibandingkan nilai rata-rata WTP sebesar Rp 2.610,00. Meskipun harga tersebut tergolong mahal, tetapi masih terdapat 72 konsumen yang bersedia membayar lebih tinggi. Kepedulian responden Serambi Potani akan diversifikasi pangan sangat besar.

Kurva WTP

Kurva WTP responden dibentuk berdasarkan jumlah kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai WTP.



Commented [Editor2ZA14]: Cek semua penulisan nagkal: rata kanan agar posisi puluhan, ratusan, ribuan, dst menjadi mudah dilihat!

Sumber : Hasil Data Olahan Primer (2020)

Gambar1. Kurva Willingness to Pay Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan gambar diatas Kurva *Willingness to Pay* pembelian Asam Pedas Ikan Patin menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu semakin mahal harga yang dibayar mengakibatkan menurunnya jumlah responden yang bersedia membayarnya. Kurva WTP menjelaskan harga terendahnya Rp 40.000 dan harga tertinggi Rp 150.000 sebanyak 64 konsumen yang meu membayar lebih pada pembelian Asam Pedas Ikan Patin.

Menurut (Agustina, 2019) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Kurva *Willingness to Pay* pembelian ayam goreng menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang. Nilai WTP terendah Rp 5.000 dan nilai WTP tertinggi sebesar Rp 60.000.

Agregat Data (Total WTP)

Nilai agregasi WTP dihitung dengan mengalikan nilai rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin dengan jumlah responden (bersedia membayar). Jumlah WTP digunakan pihak rumah makan untuk memperoleh pengetahuan dari hasil penjualan dan mengenai nilai jual dengan nilai maksimum yang bersedia dibayar responden sesuai penjualan produk Asam Pedas Ikan Patin. Nilai Agregasi WTP :

Tabel 3. Nilai Agregasi WTP

Nilai Rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin	Jumlah Responden yang Bersedia	Nilai Agregasi
Rp. 87.410	64	Rp. 5.594.240

Sumber : Hasil Olahan Data Primer(2020)

Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah nilai agregasi WTP Asam Pedas Ikan Patin diperoleh Rp 5.594.000,00. Dari nilai rata-rata WTP pemasar dapat melihat potensi harga yang bisa digunakan untuk harga yang akan datang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesiediaan Membayar Asam Pedas Ikan Patin

Untuk menganalisis faktor yang berpengaruh pada pembelian Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih dilakukan dengan analisis regresi logistik. Uji statistik dalam analisis regresi logistik adalah uji secara keseluruhan (*overal test*) dengan menggunakan uji *likelihood ratio* (uji G), uji parsial dengan menggunakan uji Wald dan Interpretasi Odds Ratio.

Uji Signifikansi Model

berfungsi untuk melihat variabel independen apakah berpengaruh signifikan dengan variabel dependen secara bersamaan (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik.

Tabel 4. Hasil Uji *likelihood ratio*

Omnibus Test of Model coefficient		
Chi square	Df	Sig (p-value)
43,888	7	0,000

Sumber : Hasil Output Regresi Logistik, 2020

Berdasarkan Tabl 4 dapat diketahui hasil pengujian secara keseluruhan (*overall test*) dengan menggunakan uji *likelihood ratio* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil uji keseluruhan dilakukan dengan *likelihood ratio* diperoleh nilai *chi-square* 43,888 dengan nilai *p-value* 0,000. Sehingga tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan

kesediaan membayar lebih yang telah di buat, H1 diterima H0 ditolak. Kesimpulannya diperoleh kurang lebih satu variabel bebas yang berpengaruh pada variabel terikat.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian (Nuriana, 2013). Dimana pada hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai *Chisquare* diperoleh 29,898, nilai signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan adanya variabel yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen pada pembelian kosmetik wardah.

Pengujian Parameter

Uji ini dihitung berdasarkan uji Wald (W). Hasil parsial dengan menggunakan uji Wald untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara parsial dari variabel independen terhadap variabel independen.

Tabel 5. Hasil Uji Wald

Variabel	B	S.E	Wald	Df	Sig	Simpulan
Usia	1,539	0,715	4,637	1	0,031*	S
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	1	0,841	TS
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	1	0,145	TS
Karyawan (swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	1	0,021*	S
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	1	0,030*	S
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	1	0,192	TS
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	1	0,009*	S
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	1	0,001*	S
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	1	0,022*	S
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	1	0,170	TS
Constant	-1,512	4,221	0,128	1	0,720	-

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

S = Signifikan

TS = Tidak Signifikan

Dapat kita lihat pada Tabel 5 menunjukkan dari variabel usia dengan nilai *wald* sebesar 4,637 > 4,087 (*chi square*) dengan signifikansi yaitu 0,031 < α (0,05). Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa variabel usia mempengaruhi secara signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Hasil ini mengkonfirmasi hasil penelitian (Amanda, 2009) terdapat variabel usia mempengaruhi kesediaan membayar oleh masyarakat. Tingginya tingkatan usia yang dimiliki responden sehingga tinggi juga peluang responden dalam kesediaan membayarnya. Maka ketertarikan responden dapat dilihat dari kesadaran akan lingkungan juga akan jauh lebih baik.

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa nilai *wald* dari variabel jenis kelamin sebesar 0,040 < 4,087 (*chi square*) dengan nilai signifikan yaitu 0,841 > α (0,05). Hal ini menyatakan variabel jenis kelamin tidak mempengaruhi secara positif dan tidak signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Menurut (Daulay, 2012) diketahui bahwasanya dalam memenuhi kebutuhan konsumsi keluarga perempuan lebih paham dan mendominasi dalam membuat keputusan untuk membeli produk di Bogor dibandingkan dengan laki-laki. Kemudian (Radam, 2010) juga menyebutkan jika kesadaran perempuan akan kesehatan lebih tinggi daripada laki-laki. Sehingga kesimpulannya memiliki hubungan antara jenis kelamin dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Kemudian untuk variabel pekerjaan Pelajar/Mahasiswa memiliki nilai *wald* sebesar 2,120 < 4,087 (*chi square*) nilai signifikan 0,145 > α (0,05). Selain itu untuk Pekerjaan Lainnya memiliki nilai *wald* sebesar 1,703 < 4,087 (*chi square*) nilai signifikan 0,192 > α (0,05). Berdasarkan tabel diatas menunjukkan kedua variabel tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin. Variabel pekerjaan selanjutnya adalah

Karyawan Swasta/Negeri memiliki nilai *wald* sebesar $5,289 > 4,087$ (*chi square*) nilai signifikan $0,021 < \alpha (0,05)$ dan untuk pekerjaan Wirausaha memiliki nilai *wald* sebesar $4,725 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,030 < \alpha (0,05)$.

Berdasarkan Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel pekerjaan karyawan dan wirausaha tersebut memiliki nilai yang signifikan dan berpengaruh terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin. Oleh karena itu variabel pekerjaan secara keseluruhan dianggap tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin dikarenakan masih adanya nilai variabel dari beberapa jenis pekerjaan yang masih tidak signifikan.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian (Ratulangi, 2016). Dimana dalam penelitian tersebut terdapat nilai variabel pekerjaan sebesar $0,002 < 7,325$ nilai signifikan $0,962 > 0,05$. Sehingga menyimpulkan tidak adanya keberpengaruhan variabel pekerjaan dengan kesediaan membayar produk olahan durian di Gerai Sop Duren Lodaya Bogor.

Selanjutnya untuk variabel pendidikan memiliki nilai *wald* sebesar $6,838 > 4,087$ (*chi square*) nilai signifikan $0,009 < \alpha (0,05)$. Sedangkan variabel pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Menurut (Dipeolu, 2016). Dimana variabel tingkat Pendidikan secara signifikan berpengaruh pada konsumen untuk bersedia membayar produk organik, nilai signifikan variabel tingkat pendidikan yaitu $(0,06 < 0,1)$. Artinya variabel pendidikan berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen pada produk organik pada tingkat kepercayaan 90%. Selanjutnya penelitian (Aufanada, 2017) dengan nilai koefisien variabel pendidikan bernilai positif (1,659) memberikan arti jika pendidikan lebih tinggi maka akan mengambil keputusan untuk bersedia membayar produk organik dan menyatakan bahwa tambahan pendidikan formal setiap tahun dapat meningkatkan kemungkinan konsumen membayar produk organik. Menurut (Rofiatin, 2018) bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang sehingga bersedia membeli sayur organik yang diakibatkan oleh bertambahnya pengetahuan mengenai kesehatan pangan berdasarkan lingkungan daripada responden berpendidikan rendah.

Kemudian nilai *wald* dari variabel pendapatan sebesar $11,523 > 4,087$ (*chi square*) dengan nilai signifikan yaitu $0,001 < \alpha (0,05)$. Hal ini menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Hal ini sesuai dengan pendapat (Sriwaranun, 2015) menyebutkan adanya keterkaitan kesediaan responden membeli produk dengan harga tinggi serta penghasilan konsumen memiliki hubungan cenderung positif. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rodriguez, 2007) menyatakan bahwa semakin besar penghasilan yang diperoleh responden maka kesediaan untuk membayar lebih dalam membeli bahan organik sebagai pangan agar mendapatkan kualitas yang baik serta aman untuk dikonsumsi.

Selanjutnya nilai *wald* dari variabel kualitas produk sebesar $2,524 > 4,087$ (*chi square*) nilai signifikan $0,022 < \alpha (0,05)$. Hal ini menyatakan variabel kualitas produk secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Aufanada, 2017). Bahwa pengujian terhadap variabel kualitas produk memperoleh nilai signifikan yaitu $0,006 (p \text{ sig.} < \alpha)$, Maka H_0 ditolak. Hal ini menyebutkan variabel kualitas secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen produk sayur organik. Penilaian terhadap kualitas suatu produk berkaitan dengan wawasan setiap individu, gaya hidup serta konsep diri, sehingga setiap konsumen dapat memiliki persepsi serta penilaian yang berbeda-beda.

Kemudian untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *wald* sebesar $1,882 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,170 > \alpha (0,05)$. Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak mempengaruhi secara signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Commented [Editor2ZA15]: Kata hal ini jika berdiri di awal paragraph menjadi tidak jelas merujuk kemana?, ini yang mana ya? Ini kalimat sambungan dengan kalimat sebelumnya bukan? Jika iya, jadikan 1 paragraf!

Commented [Editor2ZA16]: Tidak lazim di awal kalimat!

Sejalan dengan penelitian (Agustina, 2019). Dimana dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai variabel kualitas pelayanan sebesar $2,247 < 5,029$ dengan nilai signifikan yaitu $0,134 > 0,05$. Kesimpulannya variabel kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kesediaan membayar pembelian ayam goreng di Warung Seafood 2000, Medan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan penjabaran diatas menyebutkan variabel usia, pendidikan, penghasilan serta kualitas produk mempengaruhi secara signifikan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Maka persamaan regresi logistik diperoleh seperti:

$$\text{Logit (y)} = -1,512 + 1,539 \text{ usia} - 2,033 \text{ pendidikan} + 3,056 \text{ pendapatan} + 1,375 \text{ kualitas produk}$$

Interpretasi Odds Ratio

Nilai Odds ratio disediakan oleh tabel "Variables in The Equation" pada kolom Exp (B) berikut :

Tabel 7. Variables in The Equation

Variabel	B	S.E	Wald	Sig	Odds ratio Exp (B)
Usia	1,539	0,715	4,637	0,031*	4,659
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	0,841	0,942
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	0,145	0,076
Karyawan(swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	0,021*	0,011
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	0,030*	0,023
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	0,192	0,048
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	0,009*	0,131
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	0,001*	21,253
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	0,022*	3,954
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	0,170	0,867
Constant	-1,512	4,221	0,128	0,720	

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Berdasarkan Tabel 7 di interpretasikan Odds ratio sebagai berikut :

- Semakin bertambahnya usia seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 4,659 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh penelitian (Celona, 2015). menyatakan bahwa nilai odds ratio variabel usia yaitu 0.892, maka kesediaan membayar lebih akan tinggi untuk sayur organik 0.892 dilihat dari tingginya tingkat usia yang dimiliki konsumen dibandingkan usia yang rendah.
- Kecenderungan seseorang dengan berjenis kelamin laki-laki untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,942 kali lebih rendah jika dibandingkan seseorang yang berjenis kelamin perempuan. Didukung penelitian (Celona, 2015) yang pada hasil penelitiannya menyebutkan bahwa nilai odds ratio variabel jenis kelamin 19.237 maka kesediaan membayar lebih yaitu 19.237 sayur organik dilakukan oleh perempuan. Hal ini disebabkan perempuan lebih menargetkan produk baik dan sehat untuk dikonsumsi seperti sayur.
- Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,076 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
- Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Karyawan Swasta/Negeri untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,011 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
- Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Wirausaha untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,023 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.

Commented [Editor2ZA17]: Nilai apa?? Perlu diperjelas, cek semua kalimat yang masih ambigu!

6. Kecenderungan seseorang yang bekerja dengan Pekerjaan Lainnya untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,048 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan selain pekerjaan tersebut.
7. Semakin bertambahnya pendidikan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 0,131 kali lipat. Sejalan dengan penelitian (Celona, 2015) menyebutkan bahwa nilai *odds ratio* variabel pendidikan 6.877, artinya kesediaan untuk membayar lebih cenderung dilakukan konsumen dengan tingkat pendidikan akademi perguruan tinggi diatas rata-rata WTP yaitu 6.877 kali lebih tinggi. Sehingga konsumen dianggap lebu bisa menerima informasi mengenai sayur organik. Menurut (Sumarwan, 2011) menyebutkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk memilih produk.
8. Semakin bertambahnya pendapatan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 21,253 kali lipat. Sejalan dengan penelitian (Christdavina, 2013) yang menunjukkan bahwa nilai *odds ratio* dari pendapatan yaitu sebesar 31.306 yang berarti konsumen dengan pendapatan tinggi memiliki peluang 31.306 kali untuk bersedia membayar lebih mahal untuk sayuran organik. Menurut (Priambodo, 2014) tinggi rendahnya penghasilan seseorang mempengaruhi dalam kesediaan membayar sayur organik.
9. Semakin meningkatnya kualitas produk rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 3,954 kali lipat. Menurut (Aryal, 2005) mengatakan bahwa kualitas produk sangat mempengaruhi dalam kesediaan membayar walaupun dengan harga yang mahal.
10. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 0,867 kali lipat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Besarnya nilai yang bersedia dibayarkan konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin berdasarkan hasil rumus rata-rata *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar **konsumenterhadap** pembelian Asam Pedas Ikan Patin adalah variabel usia, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin dan kualitas produk.

Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar dapat meneliti kesediaan membayar konsumen yang membeli Asam Pedas Ikan Patin di berbagai tempat juga ditambahkan variabel-variabel lain yang diduga mempengaruhi kesediaan membayar konsumen.

Commented [Editor2ZA18]: Saran yang berdasarkan hasil riset untuk RM ini mana?

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Pemilik (*Owner*) Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru dan juga para karyawan yang telah mengizinkan, membantu dan mendukung dalam penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang telah bersedia mejadi responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

Commented [Editor2ZA19]: Referensi yang terbaru sebaiknya ditambahkan! (10 tahun terakhir)

- Agustina. (2019). *Analisis Willingness to Pay More Terhadap Pembelian Ayam Goreng di Warung Seafood 2000, Medan*. Medan: Skripsi USU.
- Amanda, S. (2009). *Willingness to Pay Pengunjung Obyek Wisata Danau Situ Gede dalam Upaya Pelestarian Lingkungan*. Bogor: IPB.
- Aryal, K. P. (2005). Consumer's Willingness to Pay for Organic Products. *The Journal of Agriculture and Environment* , 10(2): 12-22.
- Aufanada, V. E. (2017). Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research* , 3(2).
- Celona, N. (2015). *Analisis Kesiediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik Giant Hypermarket, Kota Bogor*. Bogor: IPB.
- Christdavina, N. (2013). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Saran Bakti*. Bogor: IPB.
- Daulay, W. M. (2012). *Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kesiediaan Membayar (Willingness to Pay) Mie Instant Sayur di Serambi Botani*. Bogor: IPB.
- Dhiska, A. S. (2012). *Analisis Kesiediaan Membayar Beras Analog di Serambi Botani*. Bogor: Skripsi FEB IPB.
- Dipeolu, A. O. (2016). *Factors influencing Willingness to Pay for Organic Vegetables among Civil Servants in a Developing Country*. Nigeria: International Journal of Vegetable Science. Departement of agriculture economics and farm management, federal university of agriculture, Abeokuta.
- Firdaus, M., & Farid, M. A. (2011). *Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Hamzaoui, L., & Zahaf, M. (2012). Canadian Organic Food Consumers Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* , 24(1): 1-21.
- Imaslihhah, S. M. (2013). Analisis Regresi Logistik Ordinal Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 di ITS Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS* , 2(2): 177-182.
- Kamal, M. (2014). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Willingness to Pay Pengguna Trans Jogja*. Yogyakarta: Skripsi UMY.
- Khairuman, S. (2011). *Budidaya Patin Super*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Nuriana, W. D. (2013). Analisis Willingness to Pay Terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor. <https://doi.org/10.1136/bmj.37938.645220.EE> .
- Priambodo, L. (2014). Analisis Willingness to Pay Terhadap Sayur Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal IPB* , 5(1): 5-12.
- Radam, A. Y. (2010). Consumer's Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay toward Food Products with "No Added MSG" Labelling. *International Journal of Marketing Studies* .

- Ratulangi, R. (2016). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Produk Olahan Durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor*. Bogor: Pascasarjana IPB.
- Rodriguez, E. L. (2007). Willingness to Pay for Organic Food in Argentina. *105th EAAE Seminar International Marketing and International Trade of Quality Food Products*. Italy: Bologna.
- Rofiatin, d. (2018). *Pola WTP dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayuran Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang*. Malang: Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.
- Salma, & Indah. (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Dinamika Pembangunan* , 1(2): 153-165.
- Sarwono, J. (2011). *Mixed Method*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sriwaranun, Y. C. (2015). Consumer's Willingness to Pay for Organic Products in Thailand. *International Journal of Social Economics* , 42(5): 480-510.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.

PERBAIKAN EDITOR 2
FILE 276-1226-2-ED
TANGGAL 14 SEPTEMBER 2020

CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ASAM PEDAS IKAN PATIN DI RUMAH MAKAN PONDOK GURIH PEKANBARU

Received: May, 2020 /Accepted:

ABSTRACT

This research aims to calculate the value of consumers' willingness to pay for the purchase of Patin Fish Spicy Acid and to analyze the factors that affect the consumer's willingness to pay for the purchase of Patin Fish Spicy Acid at Pondok Gurih Restaurant Pekanbaru so that it can be used as a reference for consideration and information for the owner. eating to improve quality and facilities for future consumer demand. The research method used was a survey method. The population used is the consumer of Pondok Gurih Restaurant Pekanbaru. The sample in this study are consumers who buy food and then eat on the spot and are willing to be interviewed. The number of respondents used in this study was 100 people. The data analysis method used in this research is logistic regression. The results showed that the average value of costs to be paid by consumers was IDR 87,410.00 with the lowest WTP value of IDR 40,000 and the highest was IDR 150,000. Then the variables that significantly affect the consumer's desire to pay for the Tamarind of Patin Fish are age, income, education and product quality. Meanwhile, the variables that did not have a significant effect were gender, service quality and employment. Suggestions for the owner to pay more attention to service quality so that consumers feel happy and satisfied in the restaurant.

Keywords : Willingness to pay, Logistic Regression

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai kesediaan konsumen untuk membayar pembelian asam pedas ikan patin dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan konsumen untuk membayar pembelian asam pedas ikan patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru sehingga dapat digunakan sebagai bahan acuan pertimbangan dan informasi bagi pihak rumah makan untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas terhadap permintaan konsumen ke depannya. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survei. Populasi yang digunakan adalah konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli makanan dan kemudian makan di tempat dan bersedia untuk diwawancarai. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata biaya yang harus dibayar oleh konsumen adalah Rp87,410.00 dengan nilai WTP terendah Rp40.000 dan yang tertinggi adalah Rp150.000. Kemudian variabel yang signifikan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membayar asam pedas ikan patin adalah usia, pendapatan, pendidikan dan kualitas produk. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah jenis kelamin, kualitas pelayanan dan pekerjaan. Saran kepada pelaku usaha supaya lebih memerhatikan kualitas pelayanan sehingga konsumen merasa senang dan puas berada di rumah makan tersebut.

Kata Kunci : Kesediaan Membayar, Regresi Logistik

PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru merupakan ibu kota dan kota terbesar di Provinsi Riau. Kota ini merupakan kota yang terkenal akan perdagangan dan jasanya. Kemudian saat ini dunia usaha dalam bidang kuliner di Kota Pekanbaru sedang berkembang sangat pesat. Mulai dari usaha baru, usaha yang

sudah ada kemudian melakukan ekspansi, maupun kuliner modern makanan siap saji (*fast food*) ataupun rumah makan khas melayu tradisional.

Berkunjung ke Pekanbaru tak lengkap bila belum mencicipi masakan tradisional daerahnya. Karena Pekanbaru sangat terkenal dengan beragam makanan tradisional khas melayu. Hidangan tradisional banyak digemari oleh masyarakat karena makanan tradisional menyimpan berbagai khasiat dan kandungan yang menyehatkan tubuh seperti rendah lemak dan lebih alami atau non kimiawi karena dibuat dengan rempah-rempah alami dibandingkan dengan makan cepat saji (*fast food*) yang kebanyakan terbuat dari bahan-bahan kimiawi yang dapat merusak kesehatan tubuh. Hal ini menimbulkan kesadaran masyarakat untuk beralih menuju ke kehidupan yang alami atau sehat. Ada beberapa hal yang biasanya dicari oleh para wisatawan jika berkunjung ke Pekanbaru yaitu masakan khas Pekanbaru berbentuk masakan ikan. Berikut diantaranya :

Tabel 1. Masakan Khas Pekanbaru Berbentuk Masakan Ikan

No	Masakan Khas Pekanbaru	Hasil Masakan
1	Asam Pedas Ikan Patin	Asam Pedas Ikan Patin
2	Ikan Salai	Gulai Salai
3	Ikan Baung	Asam Pedas Baung

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat menu utama makanan khas Pekanbaru yaitu asam pedas ikan patin. Kemudian diikuti dengan gulai salai dan asam pedas ikan baung. Asam pedas ikan patin merupakan makanan khas Riau yang cukup terkenal. Keberadaan kota Pekanbaru yang di apit oleh 4 sungai Siak, Sungai Rokan, Sungai Kampar dan Sungai Indragiri memungkinkan Pekanbaru mendapatkan suplai ikan patin.

Ikan patin sudah terbukti mengandung kandungan gizi yang tinggi, protein dan lemak tak jenuh yang sangat tinggi. Kedua jenis zat ini sangatlah berguna untuk mencegah penumpukan lemak dan penyumbatan pada pembuluh darah, mempercepat pertumbuhan otot, dan mencegah terjadinya berbagai macam penyakit, seperti kardiovaskuler dan jantung koroner (Khairuman, 2011).

Daging ikan patin memiliki tekstur daging yang lembut apalagi jika bumbunya meresap sampai ke daging. Asam pedas ikan patin khas melayu memiliki kuah berwarna kuning yang dibuat tanpa campuran minyak kemudian ditambah dengan potongan-potongan daging ikan patin yang besar. Ikan patin tersebut dimasak dengan bumbu yang benar serta menimbulkan aroma yang mampu menarik setiap orang untuk memakannya. Karena hal tersebut di sejumlah warung makan di Riau, menu masakan ikan patin menjadi salah satu menu favorit khas Melayu salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Salah satu restoran yang menyediakan dan menjadikan masakan khas asam pedas ikan patin sebagai menu andalannya adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Ikan patin yang diolah di rumah makan ini berasal dari ikan patin sungai. Sehingga rasa dari ikan patin di rumah makan ini tentunya memiliki rasa yang lebih gurih sebab ikan yang digunakan adalah ikan patin sungai bukan ikan patin kolam atau budidaya seperti kebanyakan rumah makan lainnya. Hal ini yang

menjadi daya tarik konsumen apabila ingin memiliki asam pedas ikan patin di rumah makan ini. Berikut dapat dilihat banyaknya bahan baku ikan yang disediakan oleh Rumah Makan Pondok Gurih sebagai berikut :

Tabel 2. Jumlah Persediaan Bahan Baku Ikan Rumah Makan Pondok Gurih

No	Jenis Ikan	Jumlah Produksi (Kg/Bulan)
1	Ikan Patin	750
2	Ikan Baung	670
3	Ikan Gurami	650
4	Ikan Kakap	450
5	Ikan Kerapu	180

Sumber : Rumah Makan Pondok Gurih, 2020

Berdasarkan tabel 2 dapat kita ketahui bahwa persediaan bahan baku ikan yang paling banyak adalah ikan patin sekitar 750 kg/bulan. Hal ini dikarenakan ikan patin merupakan jenis ikan yang paling banyak dimininati oleh konsumen. Sehingga pihak rumah makan memproduksi lebih banyak.

Rumah makan ini terletak di pusat kota. Bagi para konsumen khususnya yang kantornya berdekatan dengan rumah makan ini, kerap seminggu sekali mendatangi rumah makan ini karena mereka mengaku sudah menjadi langganan dan juga sangat menyukai menu masakan di rumah makan ini terutama asam pedas ikan patin itu sendiri. Harga yang ditawarkan untuk masakan berbahan utama ikan di rumah makan ini terbilang cukup mahal, termasuk juga harga dari asam pedas ikan patin. Tak heran jika pelanggan dari rumah makan ini rata-rata memiliki pendapatan yang cukup besar. Meskipun harganya cukup mahal, tetapi peminat menu asam pedas ikan patin di rumah makan ini tetap banyak. Karena kualitas produk yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan dari para konsumen.

Hal ini terbukti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Alfasiri (2019) mengenai Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Pada penelitiannya menunjukkan bahwa pemasaran pengalaman dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di RM. Pondok Gurih Kota Pekanbaru. Kemudian hasil penelitian Adelina (2013) mengenai Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan positif antara strategi *experiential marketing* dan loyalitas konsumen di RM. Pondok Gurih.

Willingness to pay ialah kesediaan membayar lebih atau harga tertinggi seseorang (konsumen) yang rela dibayarkan untuk mendapatkan suatu manfaat baik berupa barang atau jasa, serta menjadikan tolak ukur seberapa besar calon konsumen menghargai barang atau jasa tersebut. Selain itu juga diartikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang berkeinginan mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. WTP digunakan sebagai metode untuk mengetahui nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen dari peningkatan kualitas sebuah produk (Kamal, 2014).

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis dengan judul “Analisis kesediaan membayar (*Willingness to pay*) konsumen terhadap pembelian menu asam pedas ikan patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru”.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru pada bulan tanggal Januari 2020 – Februari 2020.

Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Creswell, 2012). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu di dalam daerah atau lokasi tertentu (Daniel, 2015).

Metode Sampling

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel *non probabilitas*, dimana pemilihan anggota populasi menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penulis menggunakan pertimbangan sendiri dengan cara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis (Sugiyono, 2011).

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan satu digunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) (Salma, 2012). Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) dalam menentukan nilai kesediaan membayar seseorang, diantaranya adalah :

a. Membuat Pasar Hipotesis

Pada pasar hipotesis ini kita akan membuat sebuah gambaran alasan mengapa kita harus membayar lebih terhadap suatu produk tersebut. Penelitian ini menjelaskan bahwa sangat dianjurkan konsumen untuk mengonsumsi Ikan Patin karena Ikan Patin memiliki banyak kandungan gizi.

b. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Untuk mendapatkan nilai WTP peneliti melakukan wawancara terhadap responden melalui kuesioner. Nilai WTP tersebut ditentukan dengan metode *bidding game* (metode tawar-menawar yaitu responden mendapatkan tawaran dari nilai terkecil sampai besar). Maka diperoleh nilai WTP maksimum yang bersedia dibayar konsumen.

c. Memperkirakan Nilai Rata-rata WTP

Memperkirakan nilai rata-rata WTP dapat dilakukan dengan menggunakan nilai rata-rata dari penjumlahan keseluruhan nilai WTP dibagi dengan jumlah responden. Dugaan Rataan WTP dihitung dengan rumus :

$$EWTP = \frac{wi}{n} \quad (1)$$

Keterangan :

$EWTP$ = Dugaan rata-rata WTP

w_i = Nilai WTP ke- i

n = Jumlah responden

i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

d. Menduga Kurva WTP

WTP diregresikan sebagai variabel tidak bebas (dependent variable) dengan beberapa variabel bebas.

$$W = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (2)$$

Dimana:

W : Besarnya nilai WTP

X : Variabel bebas (faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya W)

e. Menjumlahkan Data

Untuk menjumlahkan data nilai WTP dari responden dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TWTP = WTP_i \left(\frac{ni}{N} \right) \cdot P \quad (3)$$

Keterangan :

$TWTP$ = Total WTP

WTP_i = WTP individu sampel ke- i

N_i = Jumlah sampel ke- i yang bersedia membayar sebesar WTP

N = Jumlah sampel

P = Jumlah populasi

i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

Untuk menjawab tujuan dua dari penelitian maka digunakan analisis regresi logistik. Menurut Firdaus (2011) regresi logistik berfungsi untuk mengetahui faktor yang secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen. Analisis regresi logistik merupakan bagian dari analisis regresi. Jika variabel dependen bersifat kategorik dan dummy maka analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Persamaan yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

$$\log(Y) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + \epsilon \quad (4)$$

Keterangan :

Y = WTP (0 = Tidak bersedia, 1 = Bersedia membayar lebih)

b_0 = Konstanta regresi

$b_{1,2,3,\dots}$ = Koefisien regresi usia, jenis kelamin, pendapatan, kualitas produk, kualitas pelayanan, pekerjaan, pendidikan.

X_1 = Usia

X_2 = Jenis Kelamin

X_3 = Pendapatan

X_4 = Kualitas Produk

X_5 = Kualitas Pelayanan

X_6 = Pekerjaan

X_7 = Pendidikan

e = Varians pengganggu

Untuk memeriksa kebaikan suatu model maka dapat dilakukan pengujian statistik. Uji statistik pada regresi logistik yang akan digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui variabel independen memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik (Imaslikah, 2013). Berikut persamaan statistik uji yang digunakan :

$$G^2 = -2 \ln \left(\frac{L_o}{L_i} \right) \quad (5)$$

Keterangan:

L_o = Maksimum nilai *likelihood* dari model yang hanya terdiri dari konstanta saja tanpa adanya variabel penjelas atau maksimum nilai *likelihood* dari model reduksi (*Reduced Model*)

L_i = Maksimum nilai *likelihood* dari model dengan semua variabel independen atau dari model penuh (*Full Model*)

2. Pengujian Parameter

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah ada terdapat minimal satu variabel bebas (independen) yang mempengaruhi variabel terikat (Imaslikah, 2013). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Wald (W). Persamaan statistik uji yang digunakan yaitu :

$$w = \left(\frac{\beta_i}{SE(\beta_i)} \right)^2 \quad (6)$$

Keterangan :

W = Nilai Wald

β_i = Vektor koefisien dihubungkan dengan penduga (koefisien X)

SE (β_i) = Galat dari kesalahan dari β_i

3. Uji Rasio Odd

Rasio odd merupakan uji statistik yang berfungsi untuk melihat bagaimana rasio atau perbandingan peluang kejadian sukses dan tidak sukses dari peubah respon (Firdaus, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru

Seiring berjalannya waktu, bisnis rumah makan kian berkembang semakin pesat di berbagai tempat, tidak terkecuali di Kota Pekanbaru. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih yang merupakan rumah makan berskala menengah yang telah berkecimpung dalam bidangnya sejak tahun 1994. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Anton Basarah yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman No. 202. Rumah makan ini menganut konsep rumah makan tradisional dan memiliki nuansa melayu yang sangat kental. Hal ini terlihat dari suasana pondok yang bersih dengan bangunan yang didominasi oleh pondasi dari bambu dan terkenal dengan menu andalan khas melayu yaitu asam pedas ikan patin. Meskipun rumah makan ini terkenal dengan nuansa melayu yang kental tetapi makanan yang disajikan merupakan masakan nusantara mulai dari masakan khas melayu, minang maupun jawa.

Rumah Makan Pondok Gurih ini memiliki halaman dan tempat parkir yang sangat luas. Rumah makan ini juga menawarkan tempat yang memiliki suasana yang tenang, nyaman, menyejukkan dan juga menyenangkan. Rumah makan pondok gurih dilengkapi fasilitas pendukung seperti arena bermain anak, ruangan khusus AC, musik, panggung pesta dan musholla. Rumah Makan Pondok Gurih sengaja di *design* untuk konsumen yang berkunjung dari dalam maupun luar kota. Tidak jarang banyak para pejabat pemerintahan yang selalu meluangkan waktunya untuk makan di restoran ini salah satunya yaitu Bapak H. Syamsuar dan Bapak Joko Widodo yang pernah singgah ke Pondok Gurih ini.

Konsumen Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan beberapa perbedaan pada setiap karakteristik responden yang telah diukur. Responden pada penelitian ini didominasi oleh konsumen berjenis kelamin Pria, kelompok usia > 35 tahun, pendidikan terakhir Akademi/Universitas, mempunyai penghasilan/pendapatan > Rp3.500.000 per bulan, memiliki pekerjaan sebagai Karyawan Negeri/Swasta. Kesiediaan membayar lebih responden terhadap asam pedas ikan patin dimulai dari harga Rp85.000 sampai dengan Rp150.000 dengan frekuensi pembelian produk asam pedas ikan patin adalah tidak menentu.

Menghitung Nilai Kesiediaan Membayar (*Willingness to pay*) Konsumen Terhadap Pembelian Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan data survei dari 100 responden yang telah dilakukan, terdapat 64 konsumen yang bersedia membayar lebih asam pedas ikan patin dan sebanyak 36 responden tidak bersedia membayar lebih dari Rp84.000,00 dan memilih harga yang lebih rendah atau sama dengan harga

yang ditawarkan. Para responden yang bersedia membayar lebih mengaku bahwa kesediaan mereka didasari atas pengetahuan yang mereka miliki dan juga mereka percaya bahwa mengkonsumsi makan berbahan baku ikan yang diolah dengan rempah-rempah alami akan lebih mendatangkan banyak manfaat dibanding mengkonsumsi makanan cepat saji atau *fast food*. Sedangkan ketidaksediaan para responden disebabkan belum munculnya kesadaran mereka untuk mengonsumsi pangan yang lebih menyehatkan. Selain itu, ketidaksediaan mereka juga disebabkan karena mereka tidak mampu membayar dan responden belum mengetahui secara baik keunggulan atau manfaat yang didapat jika mengkonsumsi daging ikan terutama ikan patin itu sendiri.

Untuk mengetahui dugaan nilai rata-rata *willingness to pay* (EWTP) yaitu dapat dihitung berdasarkan data distribusi dari *willingness to pay* (WTP) responden dengan menggunakan rumus EWTP. Nilai tersebut dikelompokkan dan diurutkan mulai dari nilai yang terkecil sampai urutan yang terbesar. Hasil perhitungan (EWTP) terhadap pembelian asam pedas ikan patin pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Distibusi Rata-Rata WTP

Kelas WTP Konsumen (Rp)	Frekuensi (Orang)	Frekuensi Kumulatif	Frekuensi Relatif (Pfi) %	EWTP (Rp)	Total WTP
40.000	1	100	0,01	400	40.000
50.000	3	99	0,03	1500	150.000
55.000	1	96	0,01	550	55.000
57.000	1	95	0,01	570	57.000
60.000	3	94	0,03	1800	180.000
62.000	1	91	0,01	620	62.000
65.000	3	90	0,03	1950	195.000
70.000	4	87	0,04	2800	280.000
75.000	5	83	0,05	3750	375.000
80.000	6	78	0,06	4800	480.000
84.000	8	72	0,08	6720	672.000
85.000	14	64	0,14	11900	1.190.000
90.000	24	50	0,24	21600	2.160.000
95.000	11	26	0,11	10450	1.045.000
100.000	9	15	0,09	9000	900.000
150.000	6	6	0,06	9000	900.000
TOTAL	100		1	87.410	8.741.000

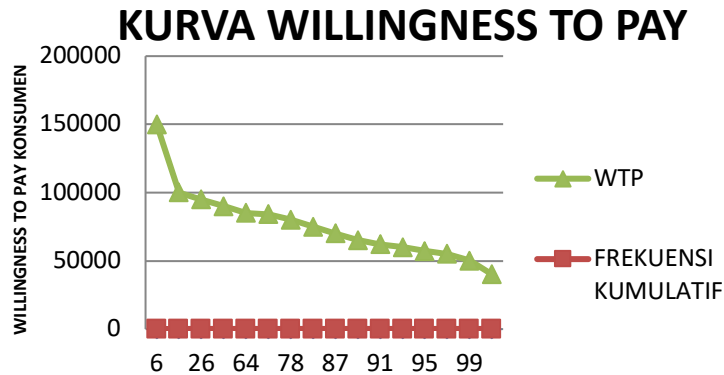
Sumber : Hasil Data Olahan Prime (2020)

Berdasarkan tabel distribusi rata-rata WTP di atas dapat kita lihat bahwa rata-rata besar nilai kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin berdasarkan hasil rumus Rataan *Willingness to Pay* (EWTP) yaitu sebesar Rp87.410,00. Harga ini lebih tinggi dari harga yang telah ditetapkan oleh pihak rumah makan yaitu Rp84.000. Oleh karena itu, nilai rata-rata WTP tersebut menandakan adanya surplus konsumen, karena nilai WTP yang diinginkan responden lebih besar dari nilai rata-rata WTP yaitu sebesar Rp3.410,00. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dhiska (2012) yang pada penelitian tersebut didapatkan hasil nilai rata-rata WTP untuk beras analog yaitu seharga Rp22.610,00 per 800 gram. Harga ini tentunya

lebih besar kalau dibandingkan dengan harga yang telah ditetapkan oleh pihak Serambi Botani yaitu Rp 20.000,00 per 800 gram. Sehingga dalam hal ini terdapat surplus konsumen yaitu Rp2.610,00.

Kurva WTP

Untuk membuat kurva kesediaan membayar konsumen, dibuat berdasarkan frekuensi kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai *willingness to pay*. Nilai tersebut dapat kita lihat pada kurva berikut :



Sumber : Hasil Data Olahan Primer (2020)

Gambar1. Kurva Willingness to Pay Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan gambar di atas Kurva *Willingness to Pay* pembelian asam pedas ikan patin menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu semakin tinggi harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Kurva tersebut juga memperlihatkan bahwa nilai WTP yang paling dibayar konsumen adalah Rp40.000 dan nilai WTP paling tinggi dibayar konsumen adalah Rp150.000,00. Dan sebanyak 64 responden yang bersedia membayar diatas harga yang telah ditetapkan yaitu Rp84.000. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Kurva *Willingness to pay* pembelian ayam goreng menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Nilai WTP terendah adalah Rp 5.000 dan nilai WTP tertinggi adalah sebesar Rp 60.000.

Agregat Data (Total WTP)

Untuk menentukan nilai agregasi WTP, didapatkan dari perkalian rata-rata antara nilai rata-rata WTP asam pedas ikan patin dengan jumlah responden yang bersedia membayar. Nilai agregasi WTP ini nantinya akan sangat berguna bagi pihak rumah makan karena dapat digunakan sebagai informasi mengenai nilai penjualan dengan nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen terhadap produk asam pedas ikan patin. Nilai Agregasi WTP dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Nilai Agregasi WTP

Nilai Rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin	Jumlah Responden yang Bersedia	Nilai Agregasi
---	--------------------------------	----------------

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jumlah nilai agregasi WTP asam pedas ikan patin diperoleh Rp 5.594.000,00. Dari hasil perhitungan tersebut memungkinkan pihak rumah makan untuk melihat potensi harga yang dapat dikembangkan dari penetapan nilai rata-rata WTP konsumen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesiediaan Membayar Asam Pedas Ikan Patin

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar terhadap pembelian asam pedas ikan patin di Rumah Makan Pondok Gurih dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik.

Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui variabel independen memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai *likelihood* pada regresi logistik.

Tabel 5. Hasil Uji *likelihood ratio*

<i>Omnibus Test of Model coefficient</i>		
Chi square	Df	Sig (<i>p-value</i>)
43,888	7	0,000

Sumber : Hasil Output Regresi Logistik, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil pengujian secara keseluruhan (*overall test*) dengan menggunakan *likelihood ratio* diperoleh nilai *chi-square* sebesar 43,888 dengan tingkat *p-value* sebesar 0,000. Oleh karena itu, tingkat signifikansi yang diperoleh $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan kesiediaan membayar yang telah dibuat maka terima H1 dan tolak H0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sekurang-kurangnya terdapat satu variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuriana (2013) yang pada hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai *Chisquare* pada model tersebut sebesar 29,898 dengan signifikansi 0,000.

Pengujian Parameter

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Wald (W). Hasil uji parsial dengan menggunakan Uji Wald dilakukan agar dapat melihat variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen secara parsial.

Tabel 6. Hasil Uji *Wald*

Variabel	B	S.E	Wald	Df	Sig	Simpulan
Usia	1,539	0,715	4,637	1	0,031*	Signifikan
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	1	0,841	Tidak signifikan
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	1	0,145	Tidak signifikan
Karyawan (swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	1	0,021*	Signifikan
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	1	0,030*	Signifikan
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	1	0,192	Tidak signifikan
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	1	0,009*	Signifikan

Pendapatan	3,056	0,900	11,523	1	0,001*	Signifikan
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	1	0,022*	Signifikan
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	1	0,170	Tidak signifikan
Constant	-1,512	4,221	0,128	1	0,720	-

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Dapat kita lihat pada tabel di atas bahwa variabel usia memiliki nilai *wald* sebesar 4,637 > 4,087 (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu 0,031 < α (0,05). Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel usia memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa nilai *wald* dari variabel jenis kelamin sebesar 0,040 < 4,087 (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu 0,841 > α (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel jenis kelamin tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Daulay (2012) dan Radam *et al.* (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa perempuan lebih peduli terhadap kesehatan dibandingkan dengan laki-laki pada saat ini.

Berdasarkan Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel pekerjaan karyawan dan wirausaha tersebut memiliki nilai yang signifikan dan berpengaruh terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin. Oleh karena itu variabel pekerjaan secara keseluruhan dianggap tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian asam pedas ikan patin dikarenakan masih adanya nilai variabel dari beberapa jenis pekerjaan yang masih tidak signifikan. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Ratulangi (2016) yang menunjukkan nilai variabel pekerjaan sebesar 0,002 < 7,325 dengan tingkat signifikansi yaitu 0,962 > (0,05). Hal ini menyimpulkan bahwa variabel pekerjaan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar terhadap produk olahan durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor.

Selanjutnya untuk variabel pendidikan memiliki nilai *wald* sebesar 6,838 > 4,087 (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu 0,009 < α (0,05). Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa variabel pendidikan memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Dipeolu (2016) dan Rofiatin (2018) yang menjelaskan bahwa variabel tingkat Pendidikan secara positif dan signifikan mempengaruhi konsumen untuk bersedia membayar produk organik.

Nilai *wald* dari variabel pendapatan sebesar 11,523 > 4,087 (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu 0,001 < α (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sesuai dengan pendapat Sriwaranun *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kesediaan konsumen membeli produk dengan harga yang lebih tinggi dengan pendapatan rumah tangga konsumen, dan hubungannya cenderung positif.

Selanjutnya nilai *wald* dari variabel kualitas produk sebesar $2,524 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,022 < \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aufanada (2017). Dimana pengujian terhadap variabel kualitas produk memperoleh hasil nilai signifikansi sebesar $0,006$ ($p \text{ sig.} < \alpha$), hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen produk sayur organik.

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *wald* sebesar $1,882 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,170 > \alpha$ (0,05). Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai *wald* dari variabel kualitas pelayanan sebesar $2,247 < 5,029$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,134 > (0,05)$. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar terhadap pembelian ayam goreng di Warung Seafood 2000, Medan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan penjabaran di atas menunjukkan bahwa variabel usia, pendidikan, pendapatan dan kualitas produk secara signifikan berpengaruh nyata terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi logistik sebagai berikut :

$$\text{Logit}(y) = -1,512 + 1,539\text{usia} - 2,033\text{pendidikan} + 3,056\text{pendapatan} + 1,375\text{kualitas produk}$$

Interpretasi Odds Ratio

Nilai *Odds ratio* ini juga disediakan oleh tabel “*Variables in The Equation*” pada kolom Exp(B) berikut :

Tabel 7. Variables in The Equation

Variabel	B	S.E	Wald	Sig	Odds ratio Exp (B)
Usia	1,539	0,715	4,637	0,031*	4,659
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	0,841	0,942
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	0,145	0,076
Karyawan(swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	0,021*	0,011
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	0,030*	0,023
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	0,192	0,048
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	0,009*	0,131
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	0,001*	21,253
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	0,022*	3,954
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	0,170	0,867
Constant	-1,512	4,221	0,128	0,720	

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Berdasarkan hasil di atas dapat kita menginterpretasikan *Odds ratio* sebagai berikut :

1. Semakin bertambahnya usia seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 4,659 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015). Dalam penelitiannya menyatakan bahwa nilai *odds ratio* variabel usia sebesar 0.892 sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin bertambahnya usia seseorang maka peluang mereka untuk bersedia membayar lebih tinggi terhadap sayuran organik yaitu 0.892 kali lipat dibandingkan dengan konsumen yang usianya lebih muda.
2. Kecenderungan seseorang yang berjenis kelamin laki-laki untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,942 kali lebih rendah jika dibandingkan seseorang yang berjenis kelamin perempuan. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015) yang pada hasil penelitiannya menyebutkan bahwa nilai *odds ratio* pada variabel jenis kelamin yaitu sebesar 19.237 sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen dengan jenis kelamin perempuan memiliki kesediaan membayar lebih tinggi terhadap sayuran organik yaitu 19.237 kali lipat dibandingkan konsumen yang berjenis kelamin laki-laki.
3. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,076 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
4. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Karyawan Swasta/Negeri untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,011 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
5. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Wirausaha untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,023 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
6. Kecenderungan seseorang yang bekerja dengan Pekerjaan Lainnya untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,048 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan selain pekerjaan tersebut.
7. Semakin bertambahnya pendidikan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 0,131 kali lipat. Hal ini memperkuat pendapat Sumarwan (2011) yang menyatakan bahwa seorang konsumen yang memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi akan sangat responsif terhadap suatu informasi dan hal tersebut mempengaruhinya dalam pengambilan keputusan suatu produk.
8. Semakin bertambahnya pendapatan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 21,253 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian dari Christdavina (2013) dan Priambodo (2014) yang menyatakan bahwa semakin besar tingkat pendapatan konsumen, maka semakin besar pula kesediaan membayar konsumen terhadap produk sayuran organik.
9. Semakin meningkatnya kualitas produk rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 3,954 kali lipat. Hasil

tersebut mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh Aufanada (2017) dengan nilai *odds ratio* yaitu 2,345 kali lipat untuk bersedia membayar lebih mahal dari harga yang telah ditetapkan.

10. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 0,867 kali lipat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Besarnya nilai yang bersedia dibayarkan konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru terhadap pembelian asam pedas ikan patin berdasarkan hasil rumus rata-rata *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp87.410,00. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin adalah variabel usia, pendapatan, pendidikan, dan kualitas produk.

Saran

RM. Pondok Gurih Pekanbaru harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen sehingga konsumen merasa lebih senang dan puas berada di RM. Pondok Gurih Pekanbaru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Pemilik (*Owner*) Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru dan juga para karyawan yang telah mengizinkan, membantu dan mendukung dalam penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Agustina. (2019). Analisis *Willingness to Pay More* Terhadap Pembelian Ayam Goreng di Warung Seafood 2000, Medan. Medan: Skripsi USU.
- Alfasiri. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Adelina. (2013). Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Aufanada, V. E. (2017). Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research* , 3(2).
- Celona, N. (2015). Analisis Kesediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik Giant Hypermarket, Kota Bogor. Bogor: IPB.
- Christdavina, N. (2013). Analisis *Willingness to Pay* Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Saran Bakti. Bogor: IPB.
- Creswell, J.(2012). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Daulay, W. M. (2012). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kesiapan Membayar (*Willingness to Pay*) Mie Instant Sayur di Serambi Botani. Bogor: IPB.
- Dhiska, A. S. (2012). Analisis Kesiapan Membayar Beras Analog di Serambi Botani. Bogor: Skripsi FEB IPB.
- Dipeolu, A. O. (2016). *Factors influencing Willingness to Pay for Organic Vegetables among Civil Servants in a Developing Country*. Nigeria: International Journal of Vegetable Science. Departement of agriculture economics and farm management, federal university of agriculture, Abeokuta.
- Firdaus, M., & Farid, M. A. (2011). Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis. Bogor: IPB Press.
- Hamzaoui, L., & Zahaf, M. (2012). *Canadian Organic Food Consumers Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices*. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* , 24(1): 1-21.
- Imaslihkah, S. M. (2013). Analisis Regresi Logistik Ordinal Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 di ITS Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS* , 2(2): 177-182.
- Kamal, M. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Pengguna Trans Jogja. Yogyakarta: Skripsi UMY.
- Khairuman, S. (2011). Budidaya Patin Super. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Nuriana, W. D. (2013). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor*. <https://doi.org/10.1136/bmj.37938.645220.EE> .
- Priambodo, L. (2014). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sayur Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. *Jurnal IPB* , 5(1): 5-12.
- Radam, A. Y. (2010). *Consumer's Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay toward Food Products with "No Added MSG" Labelling*. *International Journal of Marketing Studies* .
- Ratulangi, R. (2016). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Produk Olahan Durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor*. Bogor: Pascasarjana IPB.
- Rofiatin, d. (2018). Pola WTP dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayuran Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang. Malang: Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.
- Salma, & Indah. (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Dinamika Pembangunan* , 1(2): 153-165.
- Sarwono, J. (2011). Mixed Method. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sriwaranun, Y. C. (2015). Consumer's Willingness to Pay for Organic Products in Thailand. *International Journal of Social Economics* , 42(5): 480-510.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.

REVIEW REVIEWER A
FILE 276-1289-1-RV
TANGGAL 16 APRIL 2020

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ASAM PEDAS IKAN PATIN DI RUMAH MAKAN PONDOK GURIH PEKANBARU

Fitri Yuliasma¹⁾, Trisla Warningsih²⁾, Darwis AN²⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau

²⁾ Dosen Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau

Received: May, 2020 /Accepted:

ABSTRACT

Research on consumer willingness to pay for the purchase of Spicy Acid Catfish was conducted at Pondok Gurih Pekanbaru Restaurant in January 2020 - February 2020. Pondok Gurih Restaurant is located at Sudirman Street No. 202 Pekanbaru. The research with a survey method. The population used is consumers Pondok Gurih Pekanbaru Restaurant. The samples are consumers who buy food and then eat on the spot and willing to be interviewed. The number of respondents in this study totaled 100 people. This research aims to calculate the value of consumers willingness to pay for the purchase of Spicy Acid Catfish and to analyze the factors that influence consumers willingness to pay for the purchase of Spicy Acid Catfish. Data analysis method used in this research is Logistic Regression. The result of the research shows that the average value of the cost willing to be paid by consumers is Rp. 87,410.00 with the lowest WTP value of Rp. 40,000 and the highest was Rp. 150,000 The variable that significant in affecting consumers willingness to pay additional cost for of Spicy Acid Catfish at Pondok Gurih Pekanbaru Restaurant are age, income, education, gender and product quality.

Keywords : Willingness To Pay, Logistic Regression

ABSTRAK

Penelitian tentang kesediaan konsumen untuk membayar pembelian Asam Pedas Ikan Patin telah dilakukan di Restoran Pondok Gurih Pekanbaru pada Januari 2020 - Februari 2020. Restoran Pondok Gurih terletak di Jalan Sudirman No. 202 Pekanbaru. Metode yang digunakan metode survei. Populasinya merupakan konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli makanan dan kemudian makan di tempat dan bersedia untuk diwawancarai. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai kesediaan konsumen untuk membayar pembelian Asam Pedas Ikan Patin dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan konsumen untuk

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

membayar pembelian Asam Pedas Ikan Patin. Penelitian dilakukan dengan analisis Regresi Logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata biaya yang harus dibayar oleh konsumen adalah Rp. 87,410.00 dengan nilai WTP terendah Rp. 40.000 dan yang tertinggi yaitu Rp. 150.000 Variabel yang signifikan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membayar biaya tambahan untuk Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru adalah usia, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, serta kualitas produk.

Kata kunci : Kesiediaan Membayar, Regresi Logistik.

PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru yang terletak di Provinsi Riau terkenal akan jasa dan perdagangannya. Kemudian usaha bidang kuliner di Kota Pekanbaru saat ini sedang berkembang sangat pesat. Baik yang baru mulai, usaha yang sedang proses perkembangan serta usaha kuliner moderen dengan menggunakan konsep makanan siap saji ataupun tempat makan khas melayu atau tradisional. Meningkatnya penderita penyakit berbahaya atau kronis seperti jantung, kanker, struk, diabetes, dan diabetes akibat pola hidup modern yang tidak sehat yakni suka dan sering mengonsumsi makanan yang membahayakan kesehatan seperti makanana cepat saji. Hal ini menimbulkan kesadaran masyarakat untuk beralih menuju ke kehidupan yang alami atau sehat. Salah satunya yaitu mengonsumsi makanan yang mengandung banyak gizi, seperti Asam Pedas Ikan Patin. Ikan Patin terbukti memiliki gizi yang cukup tinggi terkandung didalamnya diantaranya lemak tak jenuh dan protein. Untuk mencegah terjadinya penumpukan lemak, penyumbatan di pembuluh darah serta berbagai macam penyakit diantaranya jantung koroner dan kardiovaskuler (Khairuman, 2011).

Salah satu restoran yang menyediakan masakan khas Asam Pedas Ikan Patin adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Rumah makan ini juga menjadikan Asam Pedas Ikan Patin sebagai menu andalannya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bahan baku ikan yang diproduksi oleh Rumah Makan Pondok Gurih sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah produksi Bahan Baku Ikan Rumah Makan Pondok Gurih

No	Jenis Ikan	Jumlah Produksi (Kg/Bulan)
1	Ikan Patin	750
2	Ikan Baung	670
3	Ikan Gurami	650

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

4	Ikan Kakap	450
5	Ikan Kerapu	180

Sumber : Rumah Makan Pondok Gurih, 2020

Berdasarkan Tabel 1 dapat kita lihat bahwa banyaknya bahan baku ikan Patin merupakan ikan dengan jumlah produksi yang paling banyak yaitu sekitar 750 kg/bulan. ikan patin adalah jenis ikan mendominasi Hal ini disebabkan permintaan terhadap jenis ikan patin sangat banyak oleh konsumen. Sehingga pihak rumah makan memproduksi lebih banyak. Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru ini merupakan Ikan Patin Sungai.

Tak hanya terkenal dengan beragam menu masakan khas melayunya tetapi rumah makan ini juga terkenal dengan bangunan tradisional khas melayunya. Rumah makan ini terletak di pusat kota dimana berdekatan dengan perkantoran, pusat perbelanjaan dan tempat publik lainnya sehingga selain menjadi tempat makan, rumah makan ini kerap dijadikan sebagai tempat pertemuan antar kolega bisnis, tempat bersantai untuk keluarga, ataupun sebagai tempat wisata bagi para wisatawan. Harga yang ditawarkan untuk masakan berbahan utama ikan di rumah makan ini terbilang cukup mahal, termasuk juga harga dari Asam Pedas Ikan Patin. Tak heran jika pelanggan dari rumah makan ini rata-rata memiliki pendapatan yang cukup besar. Meskipun harganya cukup mahal, tetapi peminat menu Asam Pedas Ikan Patin dirumah makan ini tetap banyak. Karena kualitas produk yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan dari para konsumen.

Willingness to pay ialah kesediaan membayar lebih oleh konsumen guna memperoleh suatu barang atau jasa, dan menilai penghargaan konsumen dari manfaat yang diperoleh. Selain itu juga diartikan sebagai tolak ukur konsumen dalam mengorbankan barang untuk memperoleh barang lainnya. WTP adalah metode yang dilakukan untuk melihat nilai maksimum bersedia membayar konsumen untuk meningkatkan kualitas produk (Kamal, 2014).

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang, maka peneliti tertarik menganalisis judul "Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Pembelian Menu Ayam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru".

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian dilakukan di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru pada bulan tanggal Januari 2020 – Februari 2020.

Metode Sampling

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampel *non probabilitas*, dimana populasi dipilih berdasarkan metode *purposif sampling* yang dapat dijadikan sumber informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2011). Sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang membeli makanan kemudian makan di tempat dan bersedia

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

diwawancarai. Sedangkan populasi yang digunakan adalah konsumen Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru, dengan jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti. Responden dalam penelitian sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus Cochran (Sarwono, 2011).

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan satu digunakan metode *Contingen Valuation Method*. Menurut Hanley dan Spash *dalam* (Salma & Indah, 2012) nilai kesediaan membayar dalam analisis CVM terdapat beberapa tahapan diantaranya :

a. Membuat Pasar Hipotetis

Pada pasar hipotesis ini kita akan membuat sebuah gambaran alasan mengapa kita harus membayar lebih terhadap suatu produk tersebut. Penelitian ini menjelaskan bahwa sangat dianjurkan konsumen untuk mengonsumsi Ikan Patin karena Ikan Patin memiliki banyak kandungan gizi.

b. Besarnya nilai WTP

Untuk mendapatkan nilai WTP peneliti melakukan wawancara terhadap responden melalui kuesioner. Nilai WTP tersebut ditentukan dengan metode *bidding game* (metode tawar-menawar yaitu responden mendapatkan tawaran dari nilai terkecil sampai besar). Maka diperoleh nilai WTP maksimum yang bersedia dibayar konsumen.

c. Perkiraan Nilai Rataan WTP

Nilai rata-rata WTP dapat diperkirakan berdasarkan total keseluruhan nilai WTP kemudian dibagi jumlah responden. Pendugaan nilai rata-rata WTP dihitung berdasarkan rumus :

$$EWTP = \frac{wi}{n} \quad (1)$$

Dimana :

EWTP = Pendugaan Rataan nilai WTP

wi = Nilai WTP

n = Jumlah Responden

i = Responden bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

d. Menduga Kurva WTP

WTP diregresikan sebagai variabel tidak bebas dengan beberapa variabel bebas.

$$W = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (2)$$

Keterangan :

W = Besarnya Nilai WTP

X = Variabel Bebas

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

e. Menjumlahkan Data

Untuk menjumlahkan data nilai WTP responden dihitung berdasarkan rumus:

$$TWTP = WTPi \left(\frac{ni}{N} \right) . P \quad (3)$$

Keterangan :

$TWTP$ = Total WTP

Ni = WTP Individu

N = Jumlah responden bersedia membayar (sesuai WTP)

P = Jumlah Populasi

I = Responden bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

Untuk menjawab tujuan dua dari penelitian maka digunakan Analisis Regresi Logistik. Menurut (Firdaus & Farid, 2011) Regresi logistik merupakan bagian analisis regresi yang berfungsi untuk mengetahui faktor secara signifikan berpengaruh dengan kesediaan membayar konsumen. Jika variabel dependen bersifat kategorik dan dummy sehingga menggunakan analisis regresi logistik. Persamaan yang digunakan yaitu :

$$\log(Y) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + \epsilon \quad (4)$$

Keterangan :

Y = WTP (0 = Tidak bersedia, 1 = Bersedia membayar lebih)

b_0 = Nilai Konstanta

$b_{1,2,3,\dots}$ = Nilai koefisien usia, jenis kelamin, pendapatan, kualitas produk, kualitas pelayanan, pekerjaan, pendidikan.

X_1 = Usia

X_2 = Jenis Kelamin

X_3 = Pendapatan

X_4 = Kualitas Produk

X_5 = Kualitas Pelayanan

X_6 = Pekerjaan

X_7 = Pendidikan

e = Varians pengganggu

Untuk memeriksa kebaikan suatu model maka dapat dilakukan pengujian statistik. Uji statistik pada regresi logistik adalah sebagai berikut:

1. Uji Signifikansi Model

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

Uji ini dapat melihat apakah variabel independen berpengaruh signifikan dengan variabel dependen secara bersamaan (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik (Imaslihkah, 2013). Persamaan statistik uji yaitu :

$$G^2 = -2 \ln \left(\frac{L_0}{L_i} \right) \quad (5)$$

Keterangan:

L_0 = Nilai maksimum *likelihood* dari model reduksi

L_i = Nilai maksimum *likelihood* dari model penuh

2. Pengujian Parameter

berfungsi mengetahui keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependen (Imaslihkah, 2013). Uji ini berdasarkan Uji Wald (W). Persamaan statistik uji yang digunakan yaitu :

$$w = \left(\frac{\beta_i}{SE(\beta_i)} \right)^2 \quad (6)$$

Dimana :

W = Nilai Wald

B_i = Nilai Koefisien X

SE (β_i) = Galat dari kesalahan β_i

3. Uji Odds Ratio

Rasio odd merupakan uji statistik yang berfungsi untuk melihat rasio peluang akan kesuksesan atau tidaknya dari respon yang diberi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru

Seiring berjalannya waktu, bisnis rumah makan kian berkembang semakin pesat di berbagai tempat, tidak terkecuali di Kota Pekanbaru. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih yang merupakan rumah makan berskala menengah yang telah berkecimpung dalam bidangnya sejak tahun 1994. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Anton Basarah yang berlokasi di jalan Jendral Sudirman No. 202. Rumah makan ini menganut konsep rumah makan tradisional dan memiliki nuansa melayu yang sangat kental. Hal ini terlihat dari pondasi bambu yang mendominasi ditambah dengan lingkungan pondok yang bersih. Kemudian ketika kita tiba di Rumah Makan ini maka akan ada sambutan secara langsung dari pelayan dengan disertai bunyian gong, dan menggunakan pakaian adat melayu yang lengkap juga. Meskipun rumah makan ini terkenal dengan nuansa melayunya yang kental tetapi makanan yang disajikan merupakan masakan nusantara mulai dari masakan khas melayu, minang maupun jawa.

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

Rumah Makan Pondok Gurih beroperasi dari jam 10.00-22.00 WIB. Adapun jumlah karyawan yang terdapat di Rumah Makan Pondok Gurih mencapai 35 orang diantaranya 14 perempuan dan 21 laki-laki. Seiring perkembangannya, kini rumah makan ini tak hanya berada di Pekanbaru, tetapi sudah membuka cabang di daerah lain yaitu di Batam tepatnya di Jalan Raja H. Fisabilillah. Selain terkenal dengan makanan khas melayunya, Rumah Makan Pondok Gurih juga terkenal akan prestasinya. Prestasi yang pernah diraih oleh rumah makan ini yaitu mendapatkan penghargaan dari Dinas Pariwisata dan juga Penghargaan rumah makan bersih di Kota Pekanbaru oleh Walikota Pekanbaru.

Rumah Makan Pondok Gurih ini memiliki halaman dan tempat parkir yang sangat luas. Rumah makan ini juga menawarkan tempat yang memiliki suasana yang tenang, nyaman, menyejukan dan juga menyenangkan. Rumah makan pondok gurih dilengkapi fasilitas pendukung seperti arena bermain anak, ruangan khusus AC, musik, panggung pesta dan musholla. Rumah Makan Pondok Gurih sengaja di *design* untuk konsumen yang berkunjung dari dalam maupun luar kota. Tidak jarang banyak para pejabat pemerintahan yang selalu meluangkan waktunya untuk makan di restoran ini salah satunya yaitu Bapak H. Syamsuar dan Bapak Joko widodo yang pernah singgah ke Pondok Gurih ini.

Konsumen Asam Pedas Ikan Patin

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan karakteristik responden. Adapun responden selaku konsumen laki-laki lebih mendominasi, dengan umur >35 tahun, pendidikan responden yang berkunjung rata-rata lulusan Akademi/Universitas, dan penghasilan >Rp3.500.000 per bulan, memiliki pekerjaan Karyawan Negeri/Swasta. Membeli Asam Pedas Ikan Patin dengan harga dari Rp85.000 – Rp 150.000 dengan frekuensi pembelian produk Asam Pedas Ikan Patin adalah tidak menentu.

Menghitung Nilai WTP Konsumen Terhadap Pembelian Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan pada 100 responden, ditemukan bahwa terdapat 64 respon bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih dari Rp 84.000,00. Sedangkan sisanya sebanyak 36 responden tidak bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih dari Rp 84.000,00 dan memilih harga lebih rendah atau sama dengan harga yang ditawarkan. Responden bersedia membayar diatas harga yang ditawarkan karena menurut pengetahuan mengkonsumsi makan berbahan baku ikan yang diolah dengan rempah-rempah alami akan lebih mendatangkan banyak manfaat dibanding mengkonsumsi makanan cepat saji atau *fast food*. Sedangkan ketidaksediaan para responden dikarenakan mereka tidak mampu membayar dan responden belum mengetahui secara baik keunggulan atau manfaat yang didapat jika mengkonsumsi daging ikan terutama ikan patin itu sendiri.

Nilai EWTP sampel dihitung dari hasil distribusi WTP responden berdasarkan rumus EWTP. Nilai dihitung menurut kelas yang telah diurutkan dari yang kecil sampai terbesar. Nilai EWTP dari dugaan rata-rata WTP terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin pada tabel berikut :

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

Tabel 2. Distribusi Rata-Rata WTP

Kelas WTP Konsumen (Rp)	Frekuensi (Orang)	Frekuensi Kumulatif	Frekuensi Relatif (Pfi) %	EWTP (Rp)	Total WTP
40.000	1	100	0,01	400	40.000
50.000	3	99	0,03	1500	150.000
55.000	1	96	0,01	550	55.000
57.000	1	95	0,01	570	57.000
60.000	3	94	0,03	1800	180.000
62.000	1	91	0,01	620	62.000
65.000	3	90	0,03	1950	195.000
70.000	4	87	0,04	2800	280.000
75.000	5	83	0,05	3750	375.000
80.000	6	78	0,06	4800	480.000
84.000	8	72	0,08	6720	672.000
85.000	14	64	0,14	11900	1.190.000
90.000	24	50	0,24	21600	2.160.000
95.000	11	26	0,11	10450	1.045.000
100.000	9	15	0,09	9000	900.000
150.000	6	6	0,06	9000	900.000
TOTAL	100		1	87.410	8.741.000

Sumber : Hasil Data Olahan Prime (2020)

Berdasarkan tabel distribusi rata-rata WTP diatas maka dapat diketahui bahwa kesediaan membayar responden berjumlah 14 responden dengan persentase 5% >Rp84.000, 24 orang bersedia membayar 7% >Rp84.000, 11 orang bersedia membayar 13% >Rp84.000, 9 orang bersedia membayar 19% >Rp84.000 dan 6 orang bersedia membayar 79% >Rp84.000. Tingkat kesediaan responden membayar sebagian besar berada pada persentase 5%-75% >Rp84.000. Menurut (Hamzaoui & Zahaf, 2012) mengatakan bahwa konsumen yang tidak bersedia membayar sebagian besar >10%-20% dari harga biasa, dan terjadinya penurunan pada permintaan pangan organik dengan harga >20%.

Sehubungan dengan itu, dapat kita lihat juga pada tabel diatas bahwa rata-rata besar nilai kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin berdasarkan hasil rumus Rataan *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Nilai tersebut cukup besar daripada harga sebelumnya dari pihak rumah makan adalah Rp84.000/porsi. Dari nilai rata-rata tersebut terdapat nilai surplus konsumen disebabkan nilai WTP yang diminta konsumen cukup besar dari nilai rataan WTP yaitu Rp 3.410,00. Sebanyak 64 responden

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

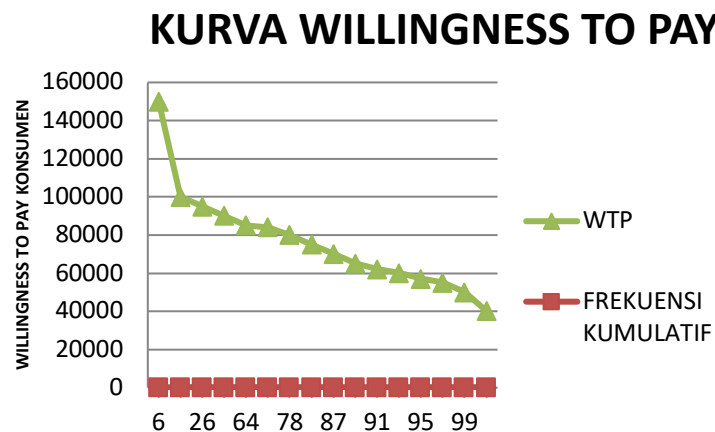
Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

masih bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih tinggi meskipun harga tersebut tergolong mahal.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian (Dhiska, 2012). Dimana hasil penelitiannya diperoleh nilai rata-rata WTP untuk beras analog terdapat jumlah Rp 22.610,00/800 gr. Jika dibandingkan harga yang ditawarkan dari Serambi Botani maka nilai ini lebih besar Rp 20.000,00/800 gr. Adanya surplus konsumen yang dapat diketahui dari nilai rata-rata tersebut, disebabkan nilai WTP sesuai keinginan konsumen lebih besar dibandingkan nilai rata-rata WTP sebesar Rp 2.610,00. Meskipun harga tersebut tergolong mahal, tetapi masih terdapat 72 konsumen yang bersedia membayar lebih tinggi. Kepedulian responden Serambi Potani akan diversifikasi pangan sangat besar.

Kurva WTP

Kurva WTP responden dibentuk berdasarkan jumlah kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai WTP.



Sumber : Hasil Data Olahan Primer (2020)

Gambar1. Kurva Willingness to Pay Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan gambar di atas Kurva *Willingness to Pay* pembelian Asam Pedas Ikan Patin menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu semakin mahal harga yang dibayar mengakibatkan menurunnya jumlah responden yang bersedia membayarnya. Kurva WTP menjelaskan harga terendah Rp 40.000 dan harga tertinggi Rp 150.000 sebanyak 64 konsumen yang bersedia membayar lebih pada pembelian Asam Pedas Ikan Patin.

Menurut (Agustina, 2019) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Kurva *Willingness to Pay* pembelian ayam goreng menunjukkan slope negatif, artinya semakin

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang. Nilai WTP terendah Rp 5.000 dan nilai WTP tertinggi sebesar Rp 60.000.

Agregat Data (Total WTP)

Nilai agregasi WTP dihitung dengan mengalikan nilai rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin dengan jumlah responden (bersedia membayar). Jumlah WTP digunakan pihak rumah makan untuk memperoleh pengetahuan dari hasil penjualan dan mengenai nilai jual dengan nilai maksimum yang bersedia dibayar responden sesuai penjualan produk Asam Pedas Ikan Patin. Nilai Agregasi WTP :

Tabel 3. Nilai Agregasi WTP

Nilai Rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin	Jumlah Responden yang Bersedia	Nilai Agregasi
Rp. 87.410	64	Rp. 5.594.240

Sumber : Hasil Olahan Data Primer(2020)

Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah nilai agregasi WTP Asam Pedas Ikan Patin diperoleh Rp 5.594.000,00. Dari nilai rata-rata WTP pemasar dapat melihat potensi harga yang bisa digunakan untuk harga yang akan datang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesiediaan Membayar Asam Pedas Ikan Patin

Untuk menganalisis faktor yang berpengaruh pada pembelian Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Guruh dilakukan dengan analisis regresi logistik. Uji statistik dalam analisis regresi logistik adalah uji secara keseluruhan (*overall test*) dengan menggunakan uji *likelihood ratio* (uji G), uji parsial dengan menggunakan uji Wald dan Interpretasi Odds Ratio.

Uji Signifikansi Model

berfungsi untuk melihat variabel independen apakah berpengaruh signifikan dengan variabel dependen secara bersamaan (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik.

Tabel 4. Hasil Uji *likelihood ratio*

<i>Omnibus Test of Model coefficient</i>		
Chi square	Df	Sig (p-value)
43,888	7	0,000

Sumber : Hasil Output Regresi Logistik, 2020

Berdasarkan Tabl 4 dapat diketahui hasil pengujian secara keseluruhan (*overall test*) dengan menggunakan uji *likelihood ratio* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil uji keseluruhan dilakukan dengan *likelihood ratio* diperoleh nilai *chi-square* 43,888 dengan nilai

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

p-value 0,000. Sehingga tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan kesediaan membayar lebih yang telah di buat, H1 diterima H0 ditolak. Kesimpulannya diperoleh kurang lebih satu variabel bebas yang berpengaruh pada variabel terikat.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian (Nuriana, 2013). Dimana pada hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai *Chisquare* diperoleh 29,898, nilai signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan adanya variabel yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen pada pembelian kosmetik wardah.

Pengujian Parameter

Uji ini dihitung berdasarkan uji Wald (W). Hasil parsial dengan menggunakan uji Wald untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara parsial dari variabel independen terhadap variabel independen.

Tabel 5. Hasil Uji Wald

Variabel	B	S.E	Wald	Df	Sig	Simpulan
Usia	1,539	0,715	4,637	1	0,031*	S
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	1	0,841	TS
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	1	0,145	TS
Karyawan (swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	1	0,021*	S
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	1	0,030*	S
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	1	0,192	TS
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	1	0,009*	S
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	1	0,001*	S
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	1	0,022*	S
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	1	0,170	TS
Constant	-1,512	4,221	0,128	1	0,720	-

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

S = Signifikan

TS = Tidak Signifikan

Dapat kita lihat pada Tabel 5 menunjukkan dari variabel usia dengan nilai *wald* sebesar $4,637 > 4,087$ (*chi square*) dengan signifikansi yaitu $0,031 < \alpha$ (0,05). Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa variabel usia mempengaruhi secara signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Hasil ini mengkonfirmasi hasil penelitian (Amanda, 2009) terdapat variabel usia mempengaruhi kesediaan membayar oleh masyarakat. Tingginya tingkatan usia yang dimiliki responden sehingga tinggi juga peluang responden dalam kesediaan membayarnya. Maka ketertarikan responden dapat dilihat dari kesadaran akan lingkungan juga akan jauh lebih baik.

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa nilai *wald* dari variabel jenis kelamin sebesar $0,040 < 4,087$ (*chi square*) dengan nilai signifikan yaitu $0,841 > \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan variabel jenis kelamin tidak mempengaruhi secara positif dan tidak signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Menurut (Daulay, 2012) diketahui bahwasanya dalam memenuhi kebutuhan konsumsi keluarga perempuan lebih paham dan mendominasi dalam membuat keputusan untuk membeli produk di Bogor dibandingkan dengan laki-laki. Kemudian (Radam, 2010) juga menyebutkan jika kesadaran perempuan akan kesehatan lebih tinggi daripada laki-laki. Sehingga kesimpulannya memiliki hubungan antara jenis kelamin dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Kemudian untuk variabel pekerjaan Pelajar/Mahasiswa memiliki nilai *wald* sebesar $2,120 < 4,087$ (*chi square*) nilai signifikan $0,145 > \alpha$ (0,05). Selain itu untuk Pekerjaan Lainnya memiliki nilai *wald* sebesar $1,703 < 4,087$ (*chi square*) nilai signifikan $0,192 > \alpha$ (0,05). Berdasarkan tabel diatas menunjukkan kedua variabel tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin. Variabel pekerjaan selanjutnya adalah Karyawan Swasta/Negeri memiliki nilai *wald* sebesar $5,289 > 4,087$ (*chi square*) nilai signifikan $0,021 < \alpha$ (0,05) dan untuk pekerjaan Wirausaha memiliki nilai *wald* sebesar $4,725 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,030 < \alpha$ (0,05).

Berdasarkan Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel pekerjaan karyawan dan wirausaha tersebut memiliki nilai yang signifikan dan berpengaruh terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin. Oleh karena itu variabel pekerjaan secara keseluruhan dianggap tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin dikarenakan masih adanya nilai variabel dari beberapa jenis pekerjaan yang masih tidak signifikan.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian (Ratulangi, 2016). Dimana dalam penelitian tersebut terdapat nilai variabel pekerjaan sebesar $0,002 < 7,325$ nilai signifikan $0,962 > 0,05$. Sehingga menyimpulkan tidak adanya keberpengaruhan variabel pekerjaan dengan kesediaan membayar produk olahan durian di Gerai Sop Duren Lodaya Bogor.

Selanjutnya untuk variabel pendidikan memiliki nilai *wald* sebesar $6,838 > 4,087$ (*chi square*) nilai signifikan $0,009 < \alpha$ (0,05). Sedangkan variabel pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Menurut (Dipeolu, 2016). Dimana variabel tingkat Pendidikan secara signifikan berpengaruh pada konsumen untuk bersedia membayar produk organik, nilai signifikan variabel tingkat pendidikan yaitu $(0,06 < 0,1)$. Artinya variabel pendidikan berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen pada produk organik pada tingkat kepercayaan 90%. Selanjutnya penelitian (Aufanada, 2017) dengan nilai koefisien variabel pendidikan bernilai positif (1,659) memberikan arti jika pendidikan lebih tinggi maka akan mengambil keputusan untuk bersedia membayar produk organik dan menyatakan bahwa tambahan pendidikan formal setiap tahun dapat meningkatkan kemungkinan konsumen membayar produk organik. Menurut (Rofiatin, 2018) bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

sehingga bersedia membeli sayur organik yang diakibatkan oleh bertambahnya pengetahuan mengenai kesehatan pangan berdasarkan lingkungan daripada responden berpendidikan rendah.

Kemudian nilai *wald* dari variabel pendapatan sebesar $11,523 > 4,087$ (*chi square*) dengan nilai signifikan yaitu $0,001 < \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Hal ini sesuai dengan pendapat (Sriwaranun, 2015) menyebutkan adanya keterkaitan kesediaan responden membeli produk dengan harga tinggi serta penghasilan konsumen memiliki hubungan cenderung positif. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rodriguez, 2007) menyatakan bahwa semakin besar penghasilan yang diperoleh responden maka kesediaan untuk membayar lebih dalam membeli bahan organik sebagai produk pangan agar mendapatkan kualitas yang baik serta aman untuk dikonsumsi.

Selanjutnya nilai *wald* dari variabel kualitas produk sebesar $2,524 > 4,087$ (*chi square*) nilai signifikan $0,022 < \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan variabel kualitas produk secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Aufanada, 2017). Bahwa pengujian terhadap variabel kualitas produk memperoleh nilai signifikan yaitu $0,006$ ($p \text{ sig.} < \alpha$), Maka H_0 ditolak ditolak. Hal ini menyebutkan variabel kualitas secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen produk sayur organik. Penilaian terhadap kualitas suatu produk berkaitan dengan wawasan setiap individu, gaya hidup serta konsep diri, sehingga setiap konsumen dapat memiliki persepsi serta penilaian yang berbeda-beda.

Kemudian untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *wald* sebesar $1,882 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,170 > \alpha$ (0,05). Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak mempengaruhi secara signifikan dengan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru.

Sejalan dengan penelitian (Agustina, 2019). Dimana dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai variabel kualitas pelayanan sebesar $2,247 < 5,029$ dengan nilai signifikan yaitu $0,134 > 0,05$. Kesimpulannya variabel kualitas pelayanan tidak mempengaruhi kesediaan membayar pembelian ayam goreng di Warung Seafood 2000, Medan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan penjabaran diatas menyebutkan variabel usia, pendidikan, penghasilan serta kualitas produk mempengaruhi secara signifikan kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru. Maka persamaan regresi logistik diperoleh seperti:

$$\text{Logit}(y) = -1,512 + 1,539 \text{ usia} - 2,033 \text{ pendidikan} + 3,056 \text{ pendapatan} + 1,375 \text{ kualitas produk}$$

Interpretasi Odds Ratio

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

Nilai *Odds ratio* disediakan oleh tabel “*Variables in The Equation*” pada kolom Exp (B) berikut :

Tabel 7. Variables in The Equation

Variabel	B	S.E	Wald	Sig	Odds ratio Exp (B)
Usia	1,539	0,715	4,637	0,031*	4,659
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	0,841	0,942
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	0,145	0,076
Karyawan(swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	0,021*	0,011
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	0,030*	0,023
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	0,192	0,048
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	0,009*	0,131
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	0,001*	21,253
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	0,022*	3,954
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	0,170	0,867
Constant	-1,512	4,221	0,128	0,720	

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Berdasarkan Tabel 7 di interpretasikan *Odds ratio* sebagai berikut :

1. Semakin bertambahnya usia seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 4,659 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh penelitian (Celona, 2015). menyatakan bahwa nilai *odds ratio* variabel usia yaitu 0.892, maka kesediaan membayar lebih akan tinggi untuk sayur organik 0.892 dilihat dari tingginya tingkat usia yang dimiliki konsumen dibandingkan usia yang rendah.
2. Kecenderungan seseorang dengan berjenis kelamin laki-laki untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,942 kali lebih rendah jika dibandingkan seseorang yang berjenis kelamin perempuan. Didukung penelitian (Celona, 2015) yang pada hasil penelitiannya menyebutkan bahwa nilai *odds ratio* variabel jenis kelamin 19.237 maka kesediaan membayar lebih yaitu 19.237 sayur organik dilakukan oleh perempuan. Hal ini disebabkan perempuan lebih menargetkan produk baik dan sehat untuk dikonsumsi seperti sayur.
3. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,076 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
4. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Karyawan Swasta/Negeri untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,011 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
5. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Wirausaha untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,023 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

6. Kecenderungan seseorang yang bekerja dengan Pekerjaan Lainnya untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,048 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan selain pekerjaan tersebut.
7. Semakin bertambahnya pendidikan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 0,131 kali lipat. Sejalan dengan penelitian (Celona, 2015) menyebutkan bahwa nilai *odds ratio* variabel pendidikan 6.877, artinya kesediaan untuk membayar lebih cenderung dilakukan konsumen dengan tingkat pendidikan akademi perguruan tinggi diatas rata-rata WTP yaitu 6.877 kali lebih tinggi. Sehingga konsumen dianggap lebih bisa menerima informasi mengenai sayur organik. Menurut (Sumarwan, 2011) menyebutkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk memilih produk.
8. Semakin bertambahnya pendapatan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 21,253 kali lipat. Sejalan dengan penelitian (Christdavina, 2013) yang menunjukkan bahwa nilai *odds ratio* dari pendapatan yaitu sebesar 31.306 yang berarti konsumen dengan pendapatan tinggi memiliki peluang 31.306 kali untuk bersedia membayar lebih mahal untuk sayuran organik. Menurut (Priambodo, 2014) tinggi rendahnya penghasilan seseorang mempengaruhi dalam kesediaan membayar sayur organik.
9. Semakin meningkatnya kualitas produk rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 3,954 kali lipat. Menurut (Aryal, 2005) mengatakan bahwa kualitas produk sangat mempengaruhi dalam kesediaan membayar walaupun dengan harga yang mahal.
10. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 0,867 kali lipat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Besarnya nilai yang bersedia dibayarkan konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin berdasarkan hasil rumus rata-rata *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumenterhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin adalah variabel usia, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin dan kualitas produk.

Saran

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar dapat meneliti kesediaan membayar konsumen yang membeli Asam Pedas Ikan Patin di berbagai tempat juga ditambahkan variabel-variabel lain yang diduga mempengaruhi kesediaan membayar konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Pemilik (*Owner*) Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru dan juga para karyawan yang telah mengizinkan, membantu dan mendukung dalam penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang telah bersedia mejadi responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Agustina. (2019). *Analisis Willingness to Pay More Terhadap Pembelian Ayam Goreng di Warung Seafood 2000, Medan*. Medan: Skripsi USU.
- Amanda, S. (2009). *Willingness to Pay Pengunjung Obyek Wisata Danau Situ Gede dalam Upaya Pelestarian Lingkungan*. Bogor: IPB.
- Aryal, K. P. (2005). Consumer's Willingness to Pay for Organic Products. *The Journal of Agriculture and Environment* , 10(2): 12-22.
- Aufanada, V. E. (2017). Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research* , 3(2).
- Celona, N. (2015). *Analisis Kesediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik Giant Hypermarket, Kota Bogor*. Bogor: IPB.
- Christdavina, N. (2013). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Saran Bakti*. Bogor: IPB.
- Daulay, W. M. (2012). *Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kesediaan Membayar (Willingness to Pay) Mie Instant Sayur di Serambi Botani*. Bogor: IPB.
- Dhiska, A. S. (2012). *Analisis Kesediaan Membayar Beras Analog di Serambi Botani*. Bogor: Skripsi FEB IPB.
- Dipeolu, A. O. (2016). *Factors influencing Willingness to Pay for Organic Vegetables among Civil Servants in a Developing Country*. Nigeria: International Journal of Vegetable

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

Science. Departement of agriculture economics and farm management, federal university of agriculture, Abeokuta.

Firdaus, M., & Farid, M. A. (2011). *Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor: IPB Press.

Hamzaoui, L., & Zahaf, M. (2012). Canadian Organic Food Consumers Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* , 24(1): 1-21.

Imaslihkah, S. M. (2013). Analisis Regresi Logistik Ordinal Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 di ITS Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS* , 2(2): 177-182.

Kamal, M. (2014). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Willingness to Pay Pengguna Trans Jogja*. Yogyakarta: Skripsi UMY.

Khairuman, S. (2011). *Budidaya Patin Super*. Jakarta: Agromedia Pustaka.

Nuriana, W. D. (2013). Analisis Willingness to Pay Terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor. <https://doi.org/10.1136/bmj.37938.645220.EE> .

Priambodo, L. (2014). Analisis Willingness to Pay Terhadap Sayur Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal IPB* , 5(1): 5-12.

Radam, A. Y. (2010). Consumer's Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay toward Food Products with "No Added MSG" Labelling. *International Journal of Marketing Studies* .

Ratulangi, R. (2016). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Produk Olahan Durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor*. Bogor: Pascasarjana IPB.

Rodriguez, E. L. (2007). Willingness to Pay for Organic Food in Argentina. *105th EAAE Seminar International Marketing and International Trade of Quality Food Products*. Italy: Bologna.

Rofiatin, d. (2018). *Pola WTP dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayuran Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang*. Malang: Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.

Salma, & Indah. (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Dinamika Pembangunan* , 1(2): 153-165.

SARAN untuk AUTHOR Penulisan abstrak perlu diperjelas tujuan penelitian dan detail metode penelitian yang digunakan serta kontribusi utama yang diberikan oleh artikel ini.

Pada bagian Pendahuluan perlu disampaikan urgensi penelitian ini dilakukan dan mengapa topik penelitian ini penting diteliti.

Perlu menambahkan teori tentang Willingness to pay dan bagaimana mengukur variabel ini atau apa indikator yang digunakan.

Bagian Metode penelitian, perlu memperjelas metode penelitian yang digunakan, pendekatan dan teknik wawancara yang dilakukan serta data apa saja yang dikumpulkan, termasuk teknik pengumpulan datanya.

Bagian Hasil perlu menceritakan sekilas tentang profil socio demografi partisipan yang diteliti, termasuk jenis kelamin, pendapatan, pendidikan dll. Bagian Pembahasan perlu menambahkan pembahasan yang dikaitkan dengan teori dan penelitian sebelumnya dikaitkan dengan temuan yang diperoleh.

Bagian kesimpulan perlu ditambahkan temuan utama dan implikasinya bagi teori dan praktek..

Sarwono, J. (2011). *Mixed Method*. Jakarta: Gramedia Utama.

Sriwaranun, Y. C. (2015). Consumer's Willingness to Pay for Organic Products in Thailand. *International Journal of Social Economics* , 42(5): 480-510.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.

PERBAIKAN REVIEWER A
FILE 276-1226-5-ED
TANGGAL 20 OKTOBER 2020

CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ASAM PEDAS IKAN PATIN DI RUMAH MAKAN PONDOK GURIH PEKANBARU

Received: May, 2020 /Accepted:

ABSTRACT

Pekanbaru is well known for its trading and service businesses. The food business, especially at Pondok Gurih Restaurant Pekanbaru. The research objective was to calculate the value that consumers are willingness to pay and to analyze the factors that influence the willingness to pay for the purchase of catfish spicy acid at Pondok Gurih Restaurant, Pekanbaru. The information related to the research result can be used as information for the restaurant in improving the quality and facilities of consumer demand. The research was conducted using a survey method. The research sample consisted of consumers who visited the Pondok Gurih restaurant and were willing to be interviewed, with 100 respondents. The method analysis was carried out by logistic regression. The results states that the average cost that must be paid by consumers is IDR 87.410.00 with the lowest WTP value of IDR 40.000 and the highest is IDR 150.000 the variables that significantly affect the consumer's desire to pay additional fees for the spicy Patin Fish at Pondok Gurih Restaurat Pekanbaru are age, income, education, and product quality.

Keywords : Willingness To Pay, Logistic Regression, spicy acid Catfish, consumer demand

ABSTRAK

Pekanbaru terkenal akan bisnis perdagangan dan jasa. Usaha makanan pada saat ini menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan khususnya di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Tujuan penelitian untuk menghitung nilai yang bersedia dibayar konsumen serta menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen pada pembelian asam pedas ikan patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Adapun informasi terkait hasil penelitian dapat dijadikan sebagai informasi bagi rumah makan tersebut dalam meningkatkan kualitas dan fasilitas dari permintaan konsumen. Penelitian yang dilakukan dengan metode survei. Sampel penelitian terdiri dari konsumen yang berkunjung ke rumah makan Pondok Gurih serta bersedia untuk diwawancarai, dengan Responden penelitian berjumlah 100 orang. Metode analisis dilakukan dengan Regresi Logistik. Hasil penelitian menyebutkan bahwa rata-rata biaya harus dibayar konsumen adalah Rp. 87,410.00 dengan nilai WTP terendah Rp. 40.000 dan yang tertinggi adalah Rp. 150.000 Variabel yang signifikan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membayar biaya tambahan untuk Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru adalah usia, pendapatan, pendidikan, dan kualitas produk.

Kata Kunci : Kesediaan Membayar, Regresi Logistik, Asam Pedas Patin, Permintaan Konsumen

PENDAHULUAN

Pekanbaru ialah ibu kota terbesar di Provinsi Riau. Pekanbaru terkenal akan perdagangan dan jasanya. Kemudian usaha dalam bidang kuliner saat ini di Kota Pekanbaru sedang berkembang sangat pesat. Mulai dari usaha yang baru dibuka, sedang berjalan serta yang melakukan ekspansi, maupun kuliner moderen yang mengambil konsep makanan siap saji (*fast food*) ataupun rumah makan khas melayu atau tradisional. Berkunjung ke Pekanbaru tidak lengkap apabila belum mencicipi masakan tradisional daerahnya. Karena Pekanbaru sangat terkenal dengan beragam makanan tradisional khas melayu. Hidangan tradisional banyak digemari oleh masyarakat karena terdapat berbagai khasiat yang dapat menyehatkan seperti rendah lemak dan lebih alami atau non kimiawi karena dibuat dengan rempah-rempah alami dibandingkan dengan makanan cepat saji (*fast*

food) yang kebanyakan terbuat dari bahan-bahan kimiawi yang dapat merusak kesehatan tubuh. Sehingga ketertarikan masyarakat lebih tinggi terhadap makanan tradisional yang alami dan sehat (Khairuman, 2011).

Salah satu restoran yang menyediakan masakan khas Asam Pedas Ikan Patin adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Rumah makan ini juga menjadikan Asam Pedas Ikan Patin sebagai menu andalannya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bahan baku ikan yang diproduksi oleh Rumah Makan Pondok Gurih sebagai berikut :

Tabel 1. Masakan Khas Pekanbaru

No	Jenis Masakan	Hasil Masakan
1	Asam Pedas Ikan Patin	Asam Pedas Ikan Patin
2	Ikan Salai	Gulai Salai
3	Ikan Baung	Asam Pedas Baung

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, 2020

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa khas masakan berupa Asam Pedas Ikan Patin. Kemudian diikuti dengan gulai salai dan asam pedas ikan baung. Asam pedas ikan patin cukup terkenal dan menjadi ciri khas masakan Riau. Bahkan dengan keberadaan Kota Pekanbaru dengan adanya beberapa sungai seperti Sungai Siak, Kampar, Rokan dan Indragiri mempermudah suplai ikan patin.

Ikan patin sudah terbukti mengandung protein lemak tak jenuh serta terdapat kandungan gizi yang tinggi. Hal ini tentunya sangat membantu dalam melakukan pencegahan terhadap berbagai penyakit diantaranya jantung koroner serta kardiovaskuler (Khairuman, 2011). Daging ikan patin juga memiliki tekstur daging yang sangat lembut sehingga mempermudah bumbu menyerap kedalamnya, dan aroma yang ditimbulkan juga mengundang selera konsumen untuk mencicipinya. Dikarenakan hal tersebut membuat beberapa rumah makan di Riau masakan ikan patin mendominasi untuk menjadi makanan favorit. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Salah satu restoran yang menyediakan dan menjadikan masakan khas asam pedas ikan patin sebagai menu andalannya adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Ikan patin yang diolah di rumah makan ini berasal dari ikan patin sungai. Sehingga rasa dari ikan patin di rumah makan ini tentunya memiliki rasa yang lebih gurih sebab ikan yang digunakan adalah ikan patin sungai bukan ikan patin kolam atau budidaya seperti kebanyakan rumah makan lainnya. Hal ini yang menjadi daya tarik konsumen apabila ingin memiliki asam pedas ikan patin di rumah makan ini. Tabel 2 tentang banyaknya bahan baku ikan yang disediakan oleh Rumah Makan Pondok Gurih.

Tabel 2 Jumlah Persediaan Bahan Baku Ikan Rumah Makan Pondok Gurih

No	Jenis Ikan	Hasil Masakan
1	Ikan Patin	750
2	Ikan Baung	670
3	Ikan Gurami	650
4	Ikan Kakap	450
5	Ikan Kerapu	180

Sumber : Rumah Makan Pondok Gurih, 2020

Tabel 2 menunjukkan bahwa persediaan bahan baku ikan yang paling banyak adalah ikan patin sekitar 750 kg/bulan. Hal ini dikarenakan ikan patin merupakan makanan favorite dan disukai dari berbagai macam konsumen. Sehingga pihak rumah makan memproduksi lebih banyak.

Rumah makan ini terletak di pusat kota. Bagi para konsumen khususnya yang kantornya berdekatan dengan rumah makan ini, kerap seminggu sekali mendatangi rumah makan ini karena mereka mengaku sudah menjadi langganan dan juga sangat menyukai menu masakan di rumah makan ini terutama asam pedas ikan patin itu sendiri. Harga yang ditawarkan untuk masakan berbahan utama ikan di rumah makan ini terbilang cukup mahal, termasuk juga harga dari asam pedas ikan patin. Tak heran jika pelanggan dari rumah makan ini rata-rata memiliki pendapatan yang cukup besar. Meskipun harganya cukup mahal, tetapi peminat menu asam pedas ikan patin di rumah makan ini tetap banyak. Karena kualitas produk yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan para konsumen. Hal ini terbukti dengan hasil penelitian (Alfarisi, 2019) bahwa *Experiential Marketing* dan kualitas produk berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Willingness to pay merupakan kesediaan membayar dengan jumlah tertinggi oleh konsumen demi memperoleh manfaat dari jasa maupun barang yang dapat melihat penghargaan konsumen pada hal tersebut. WTP dilakukan untuk melihat kesediaan membayar dengan nilai tertinggi untuk kualitas produk (Kamal, 2014).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kesediaan membayar yang dilakukan oleh konsumen pada pembelian asam pedas ikan patin dengan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) dan menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap kesediaan membayar dengan regresi logistik. Dari penjelasan di atas menimbulkan ketertarikan peneliti untuk mengetahui Analisis *Willingness to Pay* konsumen terhadap pembelian menu Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian yang dilakukan bertempat di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru pada bulan tanggal Januari – Februari 2020.

Metode Penelitian

Penelitian menggunakan metode survei, dengan wawancara langsung terhadap konsumen yang menjadi responden pada penelitian. Metode pengambilan sampel dengan memilih dari populasi menggunakan metode *purposive sampling* yang mana responden dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan (Sugiyono, 2011). Sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang membeli makanan kemudian makan di tempat dan bersedia diwawancarai. Sedangkan populasi penelitian yaitu konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, namun secara pastinya jumlah tidak diketahui. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian yaitu 100 responden. Rumus Cochran (Sarwono, 2011) dipergunakan untuk pengambilan jumlah sampel.

Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan adalah data sekunder dan primer. Cara yang dilakukan untuk pengumpulan data dengan melakukan wawancara serta mengajukan pertanyaan-pertanyaan terstruktur, kemudian melalui penyebaran kuesioner terhadap konsumen di lapangan.

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan satu digunakan metode *Contingent Valuation Method*. Menurut Hanley dan Spash, dalam (Salma & Indah, 2012) langkah-langkah melakukan analisis CVM dalam melihat tahapan dalam penerapan analisis CVM dalam melihat nilai yang bersedia dibayar adalah :

a. Membuat Pasar Hipotetik

Pada hipotesis ini kita akan membuat sebuah gambaran alasan mengapa kita harus membayar lebih terhadap suatu produk tersebut. Penelitian ini menjelaskan bahwa sangat dianjurkan konsumen untuk mengkonsumsi ikan patin karena ikan patin memiliki banyak kandungan gizi.

b. Tingginya Nilai WTP

Untuk mendapatkan nilai WTP diperoleh dengan wawancara terhadap responden. Nilai WTP tersebut ditentukan dengan metode tawar-menawar dimana responden diminta untuk memilih harga tertinggi dan terendah yang ditawarkan. dimana responden ditawarkan sebuah nilai tawaran dari nilai terkecil sampai nilai terbesar. Sehingga diketahui nilai WTP maksimum yang bersedia dibayar responden.

c. Perkiraan Nilai Rata-rata WTP

Perkiraan tersebut dapat dilakukan dengan melihat nilai rata-rata dari penjumlahan seluruh nilai WTP dibagi jumlah responden. Rumus yang digunakan :

$$EWTP = \frac{wi}{n} \quad (1)$$

Dimana :

$EWTP$ = Dugaan rata-rata WTP

wi = Jumlah WTP ke- i

n = Jumlah responden

i = Responden yang bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

d. Menduga Kurva WTP

WTP diregresikan sebagai variabel tidak bebas dengan beberapa variabel bebas.

$$W = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (2)$$

Keterangan:

W : Besarnya nilai WTP

X : Variabel bebas

e. Menjumlahkan Data

Untuk menjumlahkan data nilai WTP dari responden dapat dihitung dengan persamaan:

$$TWTP = WTPi \left(\frac{ni}{N} \right) . P \quad (3)$$

Dimana :

$TWTP$ = Total WTP

$WTPi$ = WTP individu

Ni = Jumlah responden (sesuai WTP)

N = Jumlah responden

P = Jumlah populasi

I = Responden bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

Untuk menjawab tujuan dua dari penelitian maka digunakan Analisis Regresi Logistik. Menurut (Firdaus & Farid, 2011) Regresi logistik berfungsi untuk melihat faktor yang berpengaruh terhadap WTP secara signifikan. Jika variabel dependen bersifat kategorik dan dummy sehingga menggunakan analisis regresi logistik. Persamaan pada penelitian ini yaitu:

$$\log(Y) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + \epsilon \quad (4)$$

Keterangan :

Y = WTP (0 = Tidak bersedia, 1 = Bersedia membayar lebih)

b_0 = Konstanta Regresi

$b_{1,2,3,\dots}$ = Koefisien regresi jenis kelamin, usia, pendapatan, kualitas produk, kualitas pelayanan, pekerjaan, pendidikan.

X_1 = Usia

X_2 = Jenis Kelamin

X_3 = Pendapatan

X_4 = Kualitas Produk

X_5 = Kualitas Pelayanan

X_6 = Pekerjaan

X_7 = Pendidikan

e = Varians pengganggu

Untuk memeriksa kebaikan suatu model maka dapat dilakukan pengujian statistik. Uji statistik pada regresi logistik terdiri dari :

1. Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk melihat keberpengaruhan atau tidak variabel dependen secara bersamaan (*overall*) dengan melihat nilai likehood pada regresi logistik (Imaslihkah, 2013). Berikut persamaan statistik uji yang digunakan :

$$G^2 = -2 \ln \left(\frac{l_0}{l_1} \right) \quad (5)$$

Keterangan:

L_o = nilai maksimum *likelihood* model reduksi

L_i = nilai maksimum *likelihood* model penuh

2. Pengujian Parameter

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah ada dari variabel independen yang berpengaruh pada variabel dependen (Imaslihkah, 2013). Uji dilakukan melalui Uji Wald (W). Persamaan statistik uji yang digunakan yaitu :

$$w = \left(\frac{\beta_i}{SE(\beta_i)} \right)^2 \quad (6)$$

Dimana :

W = Nilai Wald

Bi = Vektor koefisien pendugaan (koefisien X)

SE (β_i) = Galat dari kesalahan dari β_i

3. Uji Odds Ratio

Rasio odd merupakan uji statistik yang berfungsi untuk melihat rasio peluang sukses dengan tidak sukses pada peubah respon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru

Bisnis yang sangat menjanjikan saat ini berupa bisnis kuliner diberbagai daerah, tanpa terkecuali Kota Pekanbaru. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih yang merupakan rumah makan berskala menengah yang telah berkecimpung dalam bidangnya sejak tahun 1994. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Anton Basarah yang berlokasi di jalan Jendral Sudirman No. 202. Rumah makan ini menganut konsep rumah makan tradisional dan memiliki nuansa melayu yang sangat kental. Hal ini terlihat dari area tempat yang bersih serta didukung tempat yang sebagian besar pondasi dari bambu. Kemudian ketika kita tiba di Rumah Makan ini maka pelayan akan menyambutnya dengan membunyikan gong serta menggunakan pakaian adat melayu yang lengkap juga. Meskipun rumah makan ini terkenal dengan nuansa melayunya yang kental tetapi makanan yang disajikan merupakan masakan nusantara mulai dari masakan khas melayu, minang maupun jawa.

Rumah Makan Pondok Gurih beroperasi dari pukul 10.00-22.00 WIB. Jumlah karyawan yang dimiliki sebanyak 35 orang diantaranya 14 perempuan dan 21 laki-laki. Seiring perkembangannya, kini rumah makan ini tak hanya berada di Pekanbaru, tetapi sudah membuka cabang di daerah lain yaitu di Batam tepatnya di Jalan Raja H. Fisabilillah. Selain terkenal dengan makanan khas melayunya, Rumah Makan Pondok Gurih juga terkenal akan prestasinya. Prestasi yang pernah

diraih oleh rumah makan ini yaitu mendapatkan penghargaan dari Dinas Pariwisata dan juga Penghargaan rumah makan bersih di Kota Pekanbaru oleh Walikota Pekanbaru.

Rumah Makan Pondok Gurih ini memiliki halaman dan tempat parkir yang sangat luas. Rumah makan ini juga menawarkan tempat yang memiliki suasana yang tenang, nyaman, menyejukkan dan juga menyenangkan. Rumah makan pondok gurih dilengkapi fasilitas pendukung seperti arena bermain anak, ruangan khusus AC, musik, panggung pesta dan musholla. Rumah Makan Pondok Gurih sengaja di dekorasi untuk tamu yang berkunjung dari dalam dan luar kota. Tidak jarang banyak para pejabat pemerintahan yang selalu meluangkan waktunya untuk makan di restoran ini salah satunya yaitu Bapak H. Syamsuar dan Bapak Joko widodo yang pernah singgah ke Pondok Gurih ini.

Karakteristik Demografi

Karakteristik demografi responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, kelompok usia mulai dari 18 tahun hingga diatas 35 tahun, tingkat pendidikan terakhir yang dikategorikan mulai dari tingkat SD hingga Perguruan Tinggi. Kemudian untuk pekerjaan dikategorikan menjadi ibu rumah tangga , pelajar/mahasiswa, karyawan (Swasta/Negeri), dari wirausaha. Untuk pendapatan responden dikategorikan mulai <Rp 1.000.000 hingga >Rp 3.500.000.

Konsumen Asam Pedas Ikan Patin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pada setiap karakteristik responden yang diukur. Responden yang mendominasi adalah konsumen laki-laki, kelompok usia > 35 tahun, dengan pendidikan Akademi/Universitas, mempunyai penghasilan diatas Rp 3.500.000/ bulan, dengan pekerjaan Karyawan Negeri/Swasta. Membeli Asam Pedas Ikan Patin dengan rentang harga Rp 85.000 sampai dengan Rp 150.000 dengan frekuensi pembelian produk Asam Pedas Ikan Patin adalah tidak menentu.

Menghitung Nilai WTP Pembelian Asam Pedas Ikan Patin

Hasil survei yang diperoleh dari 100 responden, terdapat 64 responden bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih dari Rp 84.000,00. Sedangkan sisanya sebanyak 36 responden tidak bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih dari Rp 84.000,00 dan memilih harga lebih rendah atau sama dengan harga yang ditawarkan. Responden bersedia membayar lebih dari harga yang ditawarkan kerana diketahui bahwa mengkonsumsi makan berbahan baku ikan yang diolah dengan rempah-rempah alami akan lebih mendatangkan banyak manfaat dibanding mengkonsumsi makanan cepat saji atau *fast food*. Sedangkan ketidaksediaan para responden dikarenakan responden belum sadar akan konsumsi makanan yang lebih menyehatkan dan sebab mereka tidak mampu membayar dan responden belum mengetahui secara baik keunggulan atau manfaat yang didapat jika mengkonsumsi daging ikan terutama ikan patin itu sendiri. Diduga nilai EWTP sampel diperoleh dengan perhitungan distribusi data WTP dengan rumus EWTP. Nnilai diurutkan berdasarkan urutan nilai terendah hingga tertinggi.

Tabel 3 Distribusi Rata-Rata WTP

Kelas WTP Konsumen (Rp)	Frekuensi (Orang)	Frekuensi Kumulatif	Frekuensi Relatif (Pfi) %	EWTP (Rp)	Total WTP
--------------------------------	--------------------------	----------------------------	----------------------------------	------------------	------------------

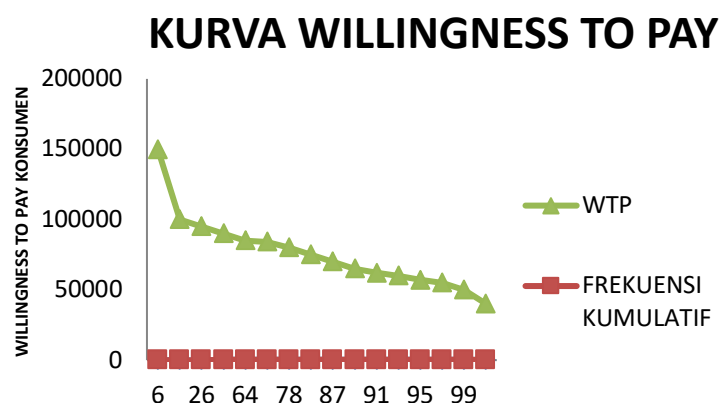
40.000	1	100	0,01	400	40.000
50.000	3	99	0,03	1500	150.000
55.000	1	96	0,01	550	55.000
57.000	1	95	0,01	570	57.000
60.000	3	94	0,03	1800	180.000
62.000	1	91	0,01	620	62.000
65.000	3	90	0,03	1950	195.000
70.000	4	87	0,04	2800	280.000
75.000	5	83	0,05	3750	375.000
80.000	6	78	0,06	4800	480.000
84.000	8	72	0,08	6720	672.000
85.000	14	64	0,14	11900	1.190.000
90.000	24	50	0,24	21600	2.160.000
95.000	11	26	0,11	10450	1.045.000
100.000	9	15	0,09	9000	900.000
150.000	6	6	0,06	9000	900.000
TOTAL	100		1	87.410	8.741.000

Sumber : Hasil Data Olahan Prime (2020)

Berdasarkan tabel distribusi rata-rata WTP dapat diketahui bahwa besar nilai kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin berdasarkan hasil rumus Rataan *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Nilai tersebut lebih besar dari harga tawaran pihak rumah makan sebesar Rp 84.000/ porsi. Hal ini mengindikasikan adanya surplus konsumen dikarenakan jumlah WTP responden lebih besardari nilai rataan WTP yaitu Rp 3.410,00. Meskipun demikian masiih terdapat 64 responden bersedia membayar Asam Pedas Ikan Patin dengan harga lebih tinggi. Sejalan dengan penelitian (Dhiska, 2012) menjelaskan bahwa hasil nilai EWTP responden untuk beras analog sebesar Rp 22.610,00/ 800 gr. Nilai tersebut tinggi dari pada harga tawaran dari pihak Serambi Botani Rp 20.000,00/ 800 gr. Nilai EWTP diperoleh nilai surplus konsumen sebesar Rp 2.610,00.

Kurva WTP

Kurva WTP responden dibentuk menggunakan jumlah kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai WTP.



Sumber : Hasil Data Olahan Primer (2020)

Gambar 1. Kurva Willingness to Pay Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan slop negatif, artinya semakin tinggi nilai *willingness to pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu semakin besar nilai yang bersedia dibayarkan responden maka semakin sedikit responden bersedia membayar harga ini. Kurva tersebut juga memperlihatkan bahwa nilai WTP terendah Rp 40.000 dan nilai tertinggi Rp 150.000,00 terdapat 64 responden bersedia menambah pembayaran pada pembelian Asam Pedas Ikan Patin. Sejalan dengan (Agustina, 2019) dalam penelitiannya menjelaskan Kurva *Willingness to Pay* pembelian ayam goreng menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu tingginya harga yang dibayarkan konsumen maka sedikit responden yang bersedia membayarkan harga tersebut. Nilai WTP terendah Rp 5.000 dan nilai WTP tertinggi adalah Rp 60.000.

Agregat Data (Total WTP)

Nilai agregasi WTP didapatkan dari nilai rata-rata WTP dikali dengan banyak responden yang bersedia membayar. Nilai tersebut perlu diketahui untuk memperoleh informasi tentang penjualan dengan harga maksimum. Yang bersedia dibayar konsumen untuk produk Asam Pedas Ikan Patin.

Tabel 4 Nilai Agregasi WTP

Nilai Rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin	Jumlah Responden yang Bersedia	Nilai Agregasi
Rp. 87.410	64	Rp. 5.594.240

Sumber : Hasil Olahan Data Primer, 2020

Dari Tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah nilai agregasi WTP Asam Pedas Ikan Patin diperoleh Rp 5.594.000,00. Nilai agregasi WTP ini memungkinkan pemasar untuk mengetahui harga yang berpotensi untuk diterapkan dari nilai WTP responden.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesiediaan Membayar Asam Pedas Ikan Patin

Analisis faktor yang berpengaruh terhadap WTP pembelian Asam Pedas Ikan Patin di Rumah Makan Pondok Guruh dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik.

Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk melihat variabel independen berpengaruh positif atau tidak pada variabel dependen secara bersamaan (*overall*) dengan melihat nilai *likelihood* pada regresi logistik.

Tabel 5 Hasil Uji *likelihood ratio*

Omnibus Test of Model coefficient		
Chi square	Df	Sig (<i>p-value</i>)
43,888	7	0,000

Sumber : Hasil Output Regresi Logistik, 2020

Tabel 5 menyebutkan bahwa secara keseluruhan hasil uji dengan uji *likelihood ratio* didapatkan nilai signifikan 0,000. Berdasarkan semua hasil uji dengan *likelihood ratio* didapatkan jumlah *chi-square* 43,888 dengan tingkat *p-value* 0,000. Artinya tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari kategori kesiediaan membayar diketahui bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Disimpulkan setidaknya

terdapat satu variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Hasil penelitian ini diperkuat oleh (Nuriana, 2013). bahwa nilai *Chisquare* 29,898 dengan signifikan 0,000

Pengujian Parameter

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Wald (W).

Tabel 6 Hasil Uji *Wald*

Variabel	B	S.E	Wald	Df	Sig	Simpulan
Usia	1,539	0,715	4,637	1	0,031*	√
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	1	0,841	x
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	1	0,145	x
Karyawan (swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	1	0,021*	√
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	1	0,030*	√
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	1	0,192	x
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	1	0,009*	√
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	1	0,001*	√
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	1	0,022*	√
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	1	0,170	x
Constant	-1,512	4,221	0,128	1	0,720	-

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

√ = Signifikan

x = Tidak Signifikan

Dapat kita lihat pada tabel diatas bahwa variabel usia memiliki nilai *wald* sebesar 4,637 > 4,087 (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu 0,031 < α (0,05). Variabel usia berpengaruh secara signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Berdasarkan Tabel 6 menyatakan bahwa nilai *wald* dari variabel jenis kelamin sebesar 0,040 < 4,087 (*chi square*) dengan signifikan yaitu 0,841 > α (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel jenis kelamin secara positif tidak mempengaruhi WTP lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sejalan dengan penelitian (Daulay, 2012) dan (Radam, 2010) menyebutkan jika perempuan lebih paha terkait permasalahan kosumsi untuk keluarganya dan memiliki keputusan untum membeli suatu produk dibandingkan dengan laki-laki.

Kemudian untuk variabel pekerjaan karyawan dan wirausaha tersebut memiliki nilai yang berpengaruh signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin. Oleh karena itu variabel pekerjaan secara keseluruhan dianggap tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian asam pedas ikan patin dikarenakan masih adanya nilai variabel dari beberapa jenis pekerjaan yang masih tidak positif. Diperkuat oleh (Ratulangi, 2016) menunjukkan nilai variabel pekerjaan 0,002 < 7,325 dengan tingkat signifikansi yaitu 0,962 > (0,05). Hal tersebut tidak berpengaruh pada WTP konsumen pada asam pedas ikan patin di Pondok Gurih Pekanbaru.

Selanjutnya untuk variabel pendidikan memiliki nilai *wald* sebesar 6,838 > 4,087 (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu 0,009 < α (0,05). Hal ini menyebutkan variabel pendidikan berpengaruh positif pada kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sejalan dengan (Dipeolu, 2016) dan (Rofiatin, 2018) bahwa variabel

tingkat Pendidikan berpengaruh positif terhadap konsumen untuk bersedia membayar produk organik.

Kemudian nilai *wald* dari variabel pendapatan sebesar $11,523 > 4,087$ (*chi square*) dengan signifikansi $0,001 < \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan variabel pendapatan berpengaruh secara positif pada kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sesuai dengan (Sriwaranun, 2015) bahwa hubungan cenderung positif harga kesediaan membayar dengan pendapatan rumah tangga konsumen.

Selanjutnya nilai *wald* dari variabel kualitas produk sebesar $2,524 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,022 < \alpha$ (0,05). Maka diketahui variabel kualitas produk secara positif mempengaruhi kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Didukung oleh (Aufanada, 2017) dimana variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi $0,006$ ($p \text{ sig.} < \alpha$), maka tolak H_0 . Sehingga disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh pada kesediaan membayar untuk produk sayur organik.

Kemudian untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *wald* sebesar $1,882 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,170 > \alpha$ (0,05). Sehingga diketahui variabel kualitas pelayanan tidak mempengaruhi secara positif terhadap kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sejalan dengan (Agustina, 2019) menunjukkan nilai variabel kualitas pelayanan sebesar $2,247 < 5,029$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,134 > (0,05)$. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar pada kesediaan membayar ayam goreng di Warung Seafood 2000, Medan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan penjabaran diatas menyatakan jika variabel pendidikan, usia, pendapatan serta kualitas produk secara signifikan berpengaruh nyata pada kesediaan membayar lebih pada Asam Pedas Ikan Patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Dengan persamaan regresi logistik :

$$\text{Logit}(y) = -1,512 + 1,539 \text{ usia} - 2,033 \text{ pendidikan} + 3,056 \text{ pendapatan} + 1,375 \text{ kualitas produk}$$

Interpretasi Odds Ratio

Nilai *Odds ratio* pada kolom Exp(B) berikut :

Tabel 7 Variables in The Equation

Variabel	B	S.E	Wald	Sig	Odds ratio Exp (B)
Usia	1,539	0,715	4,637	0,031*	4,659
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	0,841	0,942
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	0,145	0,076
Karyawan(swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	0,021*	0,011
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	0,030*	0,023
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	0,192	0,048
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	0,009*	0,131
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	0,001*	21,253
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	0,022*	3,954
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	0,170	0,867
Constant	-1,512	4,221	0,128	0,720	

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Berdasarkan hasil di atas dapat kita menginterpretasikan *Odds ratio* sebagai berikut :

1. Semakin bertambahnya usia seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 4,659 kali lipat. Sejalan dengan penelitian (Celona, 2015) menyatakan nilai *odds ratio* usia 0.892 artinya pertambahan usia seseorang membuat kesediaan membayar lebih 0.892 kali lipat dibandingkan konsumen usia muda.
2. Kecenderungan seseorang yang berjenis kelamin laki-laki untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,942 kali lebih rendah jika dibandingkan seseorang yang berjenis kelamin perempuan. Sesuai menurut (Celona, 2015) dengan hasil penelitiannya diketahui nilai *odds ratio* variabel jenis kelamin 19.237 artinya perempuan bersedia membayar lebih sayuran organik 19.237 kali lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena perempuan memiliki kepedulian terhadap makanan yang menyehatkan, seperti sayuran.
3. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,076 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
4. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Karyawan Swasta/Negeri untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,011 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
5. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Wirausaha untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,023 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
6. Kecenderungan seseorang yang bekerja dengan Pekerjaan Lainnya untuk bersedia membayar lebih terhadap Asam Pedas Ikan Patin 0,048 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan selain pekerjaan tersebut.
7. Semakin bertambahnya pendidikan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 0,131 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh (Celona, 2015) menyebutkan bahwa nilai *odds ratio* variabel pendidikan 6.877 artinya tingginya tingkat pendidikan bersedia membayar lebih dari harga EWTP produk sayuran organik 6.877 kali lebih besar, dan konsumen tersebut lebih menerima informasi mengenai penting untuk mengkonsumsi sayuran organik. Sejalan dengan (Sumarwan, 2011) menyebutkan jika seorang konsumen yang memiliki tingkat pendidikan tertinggi memberi respon positif dalam memilih berbagai jenis produk.
8. Semakin bertambahnya pendapatan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 21,253 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian dari (Christdavina, 2013) menyatakan nilai *odds ratio* penghasilan yaitu 31.306 artinya tingginya penghasilan yang diperoleh konsumen bersedia membayar 31.306 kali lipat untuk sayuran organik dari responden dengan penghasilan sedikit. Hasil tersebut mengkonfirmasi hasil penelitian (Priambodo, 2014) menyebutkan semakin besar penghasilan

yang diperoleh konsumen, maka tingginya kesediaan konsumen membayarkan sayuran organik.

9. Semakin meningkatnya kualitas produk rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 3,954 kali lipat. Hasil tersebut mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aufanada, 2017) dengan nilai *odds ratio* memiliki 2,345 kali lipat bersedia membayar lebih tinggi dari harga yang ditawarkan. Sesuai dengan (Aryal, 2005) menyebutkan adanya peningkatan pada produk makanan organik dengan pertimbangan dari kualitas produk yang sehat akan tetap bersedia membayarnya.
10. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap Asam Pedas Ikan Patin menjadi 0,867 kali lipat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Besarnya nilai yang bersedia dibayarkan konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin berdasarkan hasil rumus rata-rata *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumenterhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin adalah variabel usia, pendapatan, pendidikan dan kualitas produk.

Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar dapat meneliti kesediaan membayar konsumen yang membeli Asam Pedas Ikan Patin di berbagai tempat juga ditambahkan variabel-variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Owner Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru dan juga para karyawan karena memberi izin peneliti dalam melakukan penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang telah bersedia mejadi responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Agustina. (2019). *Analisis Willingness to Pay More Terhadap Pembelian Ayam Goreng di Warung Seafood 2000*. Medan: Skripsi USU.
- Alfarisi. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru*. Pekanbaru: UNRI.
- Amanda, S. (2009). *Willingness to Pay Pengunjung Obyek Wisata Danau Situ Gede dalam Upaya Pelestarian Lingkungan*. Bogor: IPB.
- Aryal, K. P. (2005). Consumer's Willingness to Pay for Organic Products: a case from Khatmandu Valley. *The Journal of Agriculture and Environment*, 10(2): 12-22.
- Aufanada, V. E. (2017). Kesediaan Membayar Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 3(2).

- Celona, N. (2015). *Analisis Kesiediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik*. Bogor: IPB.
- Christdavina, N. (2013). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Saran Bakti*. Bogor: IPB.
- Daulay, W. M. (2012). *Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kesiediaan Membayar Mie Instant Sayur di Serambi Botani*. Bogor: IPB.
- Dhiska, A. S. (2012). *Analisis Kesiediaan Membayar Beras Analog di Serambi Botani*. Bogor: IPB.
- Dipeolu, A. O. (2016). *Factors influencing Willingness to Pay for Organic Vegetables among Civil Servants in a Developing Country*. Nigeria: International Journal of Vegetable Science. Federal university of agriculture, Abeokuta.
- Firdaus, M., & Farid, M. A. (2011). *Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Hamzaoui, L., & Zahaf, M. (2012). Canadian Organic Food Consumers Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 24(1): 1-21.
- Imaslihkah, S. M. (2013). Analisis Regresi Logistik Ordinal Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 di ITS Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS*, 2(2): 177-182.
- Kamal, M. (2014). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Willingness to Pay Pengguna Trans Jogja*. Yogyakarta: Skripsi UMY.
- Khairuman, S. (2011). *Budidaya Patin Super*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Nuriana, W. D. (2013). Analisis Willingness to Pay Terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor. *IPB*.
- Priambodo, L. (2014). Analisis Willingness to Pay Terhadap Sayur Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal IPB*, 5(1): 5-12.
- Radam, A. Y. (2010). Consumer's Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay toward Food Products with "No Added MSG" Labelling. *International Journal of Marketing Studies*.
- Ratulangi, R. (2016). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Produk Olahan Durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor*. Bogor: Pascasarjana IPB.
- Rodriguez, E. L. (2007). Willingness to Pay for Organic Food in Argentina. *105th EAAE Seminar International Marketing and International Trade of Quality Food Products*. Italy: Bologna.
- Rofiatin, d. (2018). *Pola WTP dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayuran Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang*. Malang: Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.
- Salma, & Indah. (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 1(2): 153-165.
- Sarwono, J. (2011). *Mixed Method*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sriwaranun, Y. C. (2015). Consumer's Willingness to Pay for Organic Products in Thailand. *International Journal of Social Economics*, 42(5): 480-510.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.

REVIEW REVIEWER B
FILE 276-1283-1-RV
TANGGAL 14 NOVEMBER 2020

CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ASAM PEDAS IKAN PATIN DI RUMAH MAKAN PONDOK GURIH PEKANBARU

Received: May, 2020 /Accepted:

ABSTRACT

This research aims to calculate the value of consumers' willingness to pay for the purchase of Patin Fish Spicy Acid and to analyze the factors that affect the consumer's willingness to pay for the purchase of Patin Fish Spicy Acid at Pondok Gurih Restaurant Pekanbaru so that it can be used as a reference for consideration and information for **the owner. eating** to improve quality and facilities for future consumer demand. The research method used was a survey method. The population used is the consumer of Pondok Gurih Restaurant Pekanbaru. The sample in this study **are consumers who buy** food and then **eat** on the spot and **are** willing to be interviewed. The number of respondents used in this study was 100 people. The data analysis method used in this research is logistic regression. The results showed that the average value of costs to be paid by consumers was IDR 87,410.00 with the lowest WTP value of IDR 40,000 and the highest was IDR 150,000. Then the variables that significantly affect the consumer's desire to pay **for the Tamarind** of Patin Fish are age, income, education and product quality. Meanwhile, the variables that did not have a significant effect were gender, service quality and employment. Suggestions for the owner to pay more attention to **service quality so that consumers feel happy and satisfied in the restaurant.**

Keywords : Willingness to pay, Logistic Regression

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai kesediaan konsumen untuk membayar pembelian asam pedas ikan patin dan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan konsumen untuk membayar pembelian asam pedas ikan patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru sehingga dapat digunakan sebagai bahan acuan pertimbangan dan informasi bagi pihak rumah makan untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas terhadap permintaan konsumen ke depannya. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survei. Populasi yang digunakan adalah konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli makanan dan kemudian makan di tempat dan bersedia untuk diwawancarai. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata biaya yang harus dibayar oleh konsumen adalah **Rp87,410.00** dengan nilai WTP terendah **Rp40.000** dan yang tertinggi adalah **Rp150.000**. Kemudian variabel yang signifikan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membayar asam pedas ikan patin adalah usia, pendapatan, pendidikan dan kualitas produk. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah jenis kelamin, kualitas pelayanan dan pekerjaan. Saran kepada pelaku usaha supaya lebih memerhatikan kualitas pelayanan sehingga konsumen merasa senang dan puas berada di rumah makan tersebut.

Kata Kunci : Kesediaan Membayar, Regresi Logistik

PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru merupakan ibu kota dan kota terbesar di Provinsi Riau. Kota ini merupakan kota yang terkenal akan perdagangan dan jasanya. Kemudian saat ini dunia usaha dalam bidang kuliner di Kota Pekanbaru sedang berkembang sangat pesat. Mulai dari usaha baru, usaha yang

Commented [yuhan1]: What do you mean? Saya yakin anda belum proff read. Baca ulang English abstrak anda, janga terjadi sperti ini. Makna bisa berubah kalua seperti ini!

Commented [yuhan2]: Tenses di bagian metode SELALU past tense!

Commented [yuhan3]: ???

Commented [yuhan4]: Cek in BAHASAI!

Commented [yuhan5]: Max 200 kata!

Commented [y6]: Sesuaikan dengan template,, sebelum tujuan terdapat sedikit pendahuluan, namun abstrak max tetap 200 kata

Commented [y7]: Untuk metode penentuan sampelnya apa accidental, karena menemui dengan sengaja pembeli yang makan di tempat

Commented [yuhan8]: Rp 40.000,00
Yang konsisten ikuti pedoman Bahasa indo

Commented [yuhan9]: Yang konsisten ikuti pedoman Bahasa indo

Commented [yuhan10]: Kata kunci:

Commented [y11]: Bisa ditambah max 5 kata

sudah ada kemudian melakukan ekspansi, maupun kuliner modern makanan siap saji (*fast food*) ataupun rumah makan khas melayu tradisional.

Berkunjung ke Pekanbaru tak lengkap bila belum mencicipi masakan tradisional daerahnya. Karena Pekanbaru sangat terkenal dengan beragam makanan tradisional khas melayu. Hidangan tradisional banyak digemari oleh masyarakat karena makanan tradisional menyimpan berbagai khasiat dan kandungan yang menyehatkan tubuh seperti rendah lemak dan lebih alami atau non kimiawi karena dibuat dengan rempah-rempah alami dibandingkan dengan makan cepat saji (*fast food*) yang kebanyakan terbuat dari bahan-bahan kimiawi yang dapat merusak kesehatan tubuh. Hal ini menimbulkan kesadaran masyarakat untuk beralih menuju ke kehidupan yang alami atau sehat. Ada beberapa hal yang biasanya dicari oleh para wisatawan jika berkunjung ke Pekanbaru yaitu masakan khas Pekanbaru berbentuk masakan ikan. Berikut diantaranya:

Tabel 1. Masakan Khas Pekanbaru Berbentuk Masakan Ikan

No	Masakan Khas Pekanbaru	Hasil Masakan
1	Asam Pedas Ikan Patin	Asam Pedas Ikan Patin
2	Ikan Salai	Gulai Salai
3	Ikan Baung	Asam Pedas Baung

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat menu utama makanan khas Pekanbaru yaitu asam pedas ikan patin. Kemudian diikuti dengan gulai salai dan asam pedas ikan baung. Asam pedas ikan patin merupakan makanan khas Riau yang cukup terkenal. Keberadaan kota Pekanbaru yang di apit oleh 4 sungai Siak, Sungai Rokan, Sungai Kampar dan Sungai Indragiri memungkinkan Pekanbaru mendapatkan suplai ikan patin.

Ikan patin sudah terbukti mengandung kandungan gizi yang tinggi, protein dan lemak tak jenuh yang sangat tinggi. Kedua jenis zat ini sangatlah berguna untuk mencegah penumpukan lemak dan penyumbatan pada pembuluh darah, mempercepat pertumbuhan otot, dan mencegah terjadinya berbagai macam penyakit, seperti kardiovaskuler dan jantung koroner (Khairuman, 2011).

Daging ikan patin memiliki tekstur daging yang lembut apalagi jika bumbunya meresap sampai ke daging. Asam pedas ikan patin khas melayu memiliki kuah berwarna kuning yang dibuat tanpa campuran minyak kemudian ditambah dengan potongan-potongan daging ikan patin yang besar. Ikan patin tersebut dimasak dengan bumbu yang benar serta menimbulkan aroma yang mampu menarik setiap orang untuk memakannya. Karena hal tersebut di sejumlah warung makan di Riau, menu masakan ikan patin menjadi salah satu menu favorit khas Melayu salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Salah satu restoran yang menyediakan dan menjadikan masakan khas asam pedas ikan patin sebagai menu andalannya adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Ikan patin yang diolah di rumah makan ini berasal dari ikan patin sungai. Sehingga rasa dari ikan patin di rumah makan ini tentunya memiliki rasa yang lebih gurih sebab ikan yang digunakan adalah ikan patin sungai bukan ikan patin kolam atau budidaya seperti kebanyakan rumah makan lainnya. Hal ini yang

Commented [y12]: Judul tabel ditulis dg ARIAL 11 dan letaknya di tengah,, sedangkan isis tabel ditulis dengan ARIAL 10

Ikuti template!

Commented [y13]: Tabel 1

menjadi daya tarik konsumen apabila ingin memiliki asam pedas ikan patin di rumah makan ini.

Tabel 2 tentang banyaknya bahan baku ikan yang disediakan oleh Rumah Makan Pondok Gurih:

Tabel 2. Jumlah Persediaan Bahan Baku Ikan Rumah Makan Pondok Gurih

No	Jenis Ikan	Jumlah Produksi (Kg/Bulan)
1	Ikan Patin	750
2	Ikan Baung	670
3	Ikan Gurami	650
4	Ikan Kakap	450
5	Ikan Kerapu	180

Sumber : Rumah Makan Pondok Gurih, 2020

Berdasarkan tabel 2 dapat kita ketahui bahwa persediaan bahan baku ikan yang paling banyak adalah ikan patin sekitar 750 kg/bulan. Hal ini dikarenakan ikan patin merupakan jenis ikan yang paling banyak dimininati oleh konsumen. Sehingga pihak rumah makan memproduksi lebih banyak.

Rumah makan ini terletak di pusat kota. Bagi para konsumen khususnya yang kantornya berdekatan dengan rumah makan ini, kerap seminggu sekali mendatangi rumah makan ini karena mereka mengaku sudah menjadi langganan dan juga sangat menyukai menu masakan di rumah makan ini terutama asam pedas ikan patin itu sendiri. Harga yang ditawarkan untuk masakan berbahan utama ikan di rumah makan ini terbilang cukup mahal, termasuk juga harga dari asam pedas ikan patin. Tak heran jika pelanggan dari rumah makan ini rata-rata memiliki pendapatan yang cukup besar. Meskipun harganya cukup mahal, tetapi peminat menu asam pedas ikan patin di rumah makan ini tetap banyak. Karena kualitas produk yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan dari para konsumen.

Hal ini terbukti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Alfisiri (2019) mengenai Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Pada penelitiannya menunjukkan bahwa pemasaran pengalaman dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di RM. Pondok Gurih Kota Pekanbaru. Kemudian hasil penelitian Adelina (2013) mengenai Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan positif antara strategi *experiential marketing* dan loyalitas konsumen di RM. Pondok Gurih.

Willingness to pay ialah kesediaan membayar lebih atau harga tertinggi seseorang (konsumen) yang rela dibayarkan untuk mendapatkan suatu manfaat baik berupa barang atau jasa, serta menjadikan tolak ukur seberapa besar calon konsumen menghargai barang atau jasa tersebut. Selain itu juga diartikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang berkeinginan mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. *WTP* digunakan sebagai metode untuk mengetahui nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen dari peningkatan kualitas sebuah produk (Kamal, 2014).

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis dengan judul "Analisis kesediaan membayar (*Willingness to pay*) konsumen terhadap pembelian menu asam pedas ikan patin di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru".

Commented [y14]: Letak judul tabel harus di tengah sesuai template

Commented [y15]: Isi tabel ditulis dengan ARIAL 10 sesuaikan template

Commented [y16]: *Willingness to pay* (WTP)

Commented [y17]: Tujuan penelitiannya mana?

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru pada bulan tanggal Januari 2020 – Februari 2020.

Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Creswell, 2012). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu di dalam daerah atau lokasi tertentu (Daniel, 2015).

Metode Sampling

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel *non probabilitas*, dimana pemilihan anggota populasi menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penulis menggunakan pertimbangan sendiri dengan cara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis (Sugiyono, 2011).

Commented [yuhan18]: Incidental sampling?

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan satu digunakan metode *Contingent Valuation Method (CVM)* (Salma, 2012). Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis *Contingent Valuation Method (CVM)* dalam menentukan nilai kesediaan membayar seseorang, diantaranya adalah :

a. Membuat Pasar Hipotetis

Pada pasar hipotesis ini kita akan membuat sebuah gambaran alasan mengapa kita harus membayar lebih terhadap suatu produk tersebut. Penelitian ini menjelaskan bahwa sangat dianjurkan konsumen untuk mengonsumsi Ikan Patin karena Ikan Patin memiliki banyak kandungan gizi.

b. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Untuk mendapatkan nilai WTP peneliti melakukan wawancara terhadap responden melalui kuesioner. Nilai WTP tersebut ditentukan dengan metode *bidding game* (metode tawar-menawar yaitu responden mendapatkan tawaran dari nilai terkecil sampai besar). Maka diperoleh nilai WTP maksimum yang bersedia dibayar konsumen.

c. Memperkirakan Nilai Rata-rata WTP

Memperkirakan nilai rata-rata WTP dapat dilakukan dengan menggunakan nilai rata-rata dari penjumlahan keseluruhan nilai WTP dibagi dengan jumlah responden. Dugaan Rataan WTP dihitung dengan rumus :

$$EWTP = \frac{wi}{n} \quad (1)$$

Keterangan :

- $EWTP$ = Dugaan rata-rata WTP
- w_i = Nilai WTP ke- i
- n = Jumlah responden
- i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

d. Menduga Kurva WTP

WTP diregresikan sebagai variabel tidak bebas (dependent variable) dengan beberapa variabel bebas.

$$W = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (2)$$

Dimana:

- W : Besarnya nilai WTP
- X : Variabel bebas (faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya W)

e. Menjumlahkan Data

Untuk menjumlahkan data nilai WTP dari responden dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TWTP = WTP_i \left(\frac{n_i}{N} \right) \cdot P \quad (3)$$

Keterangan :

- $TWTP$ = Total WTP
- WTP_i = WTP individu sampel ke- i
- N_i = Jumlah sampel ke- i yang bersedia membayar sebesar WTP
- N = Jumlah sampel
- P = Jumlah populasi
- i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1, 2, \dots, n$)

Untuk menjawab tujuan dua dari penelitian maka digunakan analisis regresi logistik. Menurut Firdaus (2011) regresi logistik berfungsi untuk mengetahui faktor yang secara signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen. Analisis regresi logistik merupakan bagian dari analisis regresi. Jika variabel dependen bersifat kategorik dan dummy maka analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Persamaan yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

$$\log(Y) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + \epsilon \quad (4)$$

Keterangan :

- Y = WTP (0 = Tidak bersedia, 1 = Bersedia membayar lebih)
- b_0 = Konstanta regresi
- $b_{1,2,3,\dots}$ = Koefisien regresi usia, jenis kelamin, pendapatan, kualitas produk, kualitas pelayanan, pekerjaan, pendidikan.
- X_1 = Usia
- X_2 = Jenis Kelamin
- X_3 = Pendapatan
- X_4 = Kualitas Produk
- X_5 = Kualitas Pelayanan
- X_6 = Pekerjaan
- X_7 = Pendidikan

e = Varians pengganggu

Untuk memeriksa kebaikan suatu model maka dapat dilakukan pengujian statistik. Uji statistik pada regresi logistik yang akan digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui variabel independen memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik (Imaslikah, 2013). Berikut persamaan statistik uji yang digunakan :

$$G^2 = -2 \ln \left(\frac{L_o}{L_i} \right) \quad (5)$$

Keterangan:

L_o = Maksimum nilai *likelihood* dari model yang hanya terdiri dari konstanta saja tanpa adanya variabel penjelas atau maksimum nilai *likelihood* dari model reduksi (*Reduced Model*)

L_i = Maksimum nilai *likelihood* dari model dengan semua variabel independen atau dari model penuh (*Full Model*)

2. Pengujian Parameter

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah ada terdapat minimal satu variabel bebas (independen) yang mempengaruhi variabel terikat (Imaslikah, 2013). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Wald (W). Persamaan statistik uji yang digunakan yaitu :

$$w = \left(\frac{\beta_i}{SE(\beta_i)} \right)^2 \quad (6)$$

Keterangan :

W = Nilai Wald

Bi = Vektor koefisien dihubungkan dengan penduga (koefisien X)

SE (β_i) = Galat dari kesalahan dari β_i

3. Uji Rasio Odd

Rasio odd merupakan uji statistik yang berfungsi untuk melihat bagaimana rasio atau perbandingan peluang kejadian sukses dan tidak sukses dari peubah respon (Firdaus, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru

Seiring berjalannya waktu, bisnis rumah makan kian berkembang semakin pesat di berbagai tempat, tidak terkecuali di Kota Pekanbaru. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih yang merupakan rumah makan berskala menengah yang telah berkecimpung dalam bidangnya sejak tahun 1994. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Anton Basarah yang berlokasi di jalan Jendral

Sudirman No. 202. Rumah makan ini menganut konsep rumah makan tradisional dan memiliki nuansa melayu yang sangat kental. Hal ini terlihat dari suasana pondok yang bersih dengan bangunan yang didominasi oleh pondasi dari bambu dan terkenal dengan menu andalan khas melayu yaitu asam pedas ikan patin. Meskipun rumah makan ini terkenal dengan nuansa melayu yang kental tetapi makanan yang disajikan merupakan masakan nusantara mulai dari masakan khas melayu, minang maupun jawa.

Rumah Makan Pondok Gurih ini memiliki halaman dan tempat parkir yang sangat luas. Rumah makan ini juga menawarkan tempat yang memiliki suasana yang tenang, nyaman, menyejukkan dan juga menyenangkan. Rumah makan pondok gurih dilengkapi fasilitas pendukung seperti arena bermain anak, ruangan khusus AC, musik, panggung pesta dan musholla. Rumah Makan Pondok Gurih sengaja di *design* untuk konsumen yang berkunjung dari dalam maupun luar kota. Tidak jarang banyak para pejabat pemerintahan yang selalu meluangkan waktunya untuk makan di restoran ini salah satunya yaitu Bapak H. Syamsuar dan Bapak Joko Widodo yang pernah singgah ke Pondok Gurih ini.

Konsumen Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan beberapa perbedaan pada setiap karakteristik responden yang telah diukur. Responden pada penelitian ini didominasi oleh konsumen berjenis kelamin Pria, kelompok usia > 35 tahun, pendidikan terakhir Akademi/Universitas, mempunyai penghasilan/pendapatan > Rp3.500.000 per bulan, memiliki pekerjaan sebagai Karyawan Negeri/Swasta. Kesiapan membayar lebih responden terhadap asam pedas ikan patin dimulai dari harga Rp85.000 sampai dengan Rp150.000 dengan frekuensi pembelian produk asam pedas ikan patin adalah tidak menentu.

Menghitung Nilai Kesiapan Membayar (*Willingness to pay*) Konsumen Terhadap Pembelian Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan data survei dari 100 responden yang telah dilakukan, terdapat 64 konsumen yang bersedia membayar lebih asam pedas ikan patin dan sebanyak 36 responden tidak bersedia membayar lebih dari Rp 84.000,00 dan memilih harga yang lebih rendah atau sama dengan harga yang ditawarkan. Para responden yang bersedia membayar lebih mengakui bahwa kesiapan mereka didasari atas pengetahuan yang mereka miliki dan juga mereka percaya bahwa mengkonsumsi makan berbahan baku ikan yang diolah dengan rempah-rempah alami akan lebih mendatangkan banyak manfaat dibanding mengkonsumsi makanan cepat saji atau *fast food*. Sedangkan ketidaksiapan para responden disebabkan belum munculnya kesadaran mereka untuk mengonsumsi pangan yang lebih sehat. Selain itu, ketidaksiapan mereka juga disebabkan karena mereka tidak mampu membayar dan responden belum mengetahui secara baik keunggulan atau manfaat yang didapat jika mengkonsumsi daging ikan terutama ikan patin itu sendiri.

Untuk mengetahui dugaan nilai rata-rata *willingness to pay* (EWTP) yaitu dapat dihitung berdasarkan data distribusi dari *willingness to pay* (WTP) responden dengan menggunakan rumus EWTP. Nilai tersebut dikelompokkan dan diurutkan mulai dari nilai yang terkecil sampai urutan yang

terbesar. Hasil perhitungan (EWTP) terhadap pembelian asam pedas ikan patin pada penelitian ini dapat dilihat pada [tabel 3](#):

Tabel 3. Distribusi Rata-Rata WTP

Kelas WTP Konsumen (Rp)	Frekuensi (Orang)	Frekuensi Kumulatif	Frekuensi Relatif (P _{fi}) %	EWTP (Rp)	Total WTP (Rp)
40.000	1	100	0,01	400	40.000
50.000	3	99	0,03	1500	150.000
55.000	1	96	0,01	550	55.000
57.000	1	95	0,01	570	57.000
60.000	3	94	0,03	1800	180.000
62.000	1	91	0,01	620	62.000
65.000	3	90	0,03	1950	195.000
70.000	4	87	0,04	2800	280.000
75.000	5	83	0,05	3750	375.000
80.000	6	78	0,06	4800	480.000
84.000	8	72	0,08	6720	672.000
85.000	14	64	0,14	11900	1.190.000
90.000	24	50	0,24	21600	2.160.000
95.000	11	26	0,11	10450	1.045.000
100.000	9	15	0,09	9000	900.000
150.000	6	6	0,06	9000	900.000
TOTAL	100		1	87.410	8.741.000

Sumber : Hasil Data Olahan **Prime** (2020)

Berdasarkan [tabel 3](#) distribusi rata-rata WTP di atas dapat kita lihat bahwa rata-rata besar nilai kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin berdasarkan hasil rumus Rataan *Willingness to Pay* (EWTP) yaitu sebesar Rp87.410,00. Harga ini lebih tinggi dari harga yang telah ditetapkan oleh pihak rumah makan yaitu Rp84.000. Oleh karena itu, nilai rataan WTP tersebut menandakan adanya surplus konsumen, karena nilai WTP yang diinginkan responden lebih besar dari nilai rataan WTP yaitu sebesar Rp3.410,00. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dhiska (2012) yang pada penelitian tersebut didapatkan hasil nilai rataan WTP untuk beras analog yaitu seharga Rp22.610,00 per 800 gram. Harga ini tentunya lebih besar kalau dibandingkan dengan harga yang telah ditetapkan oleh pihak Serambi Botani yaitu Rp 20.000,00 per 800 gram. Sehingga dalam hal ini terdapat surplus konsumen yaitu Rp2.610,00.

Kurva WTP

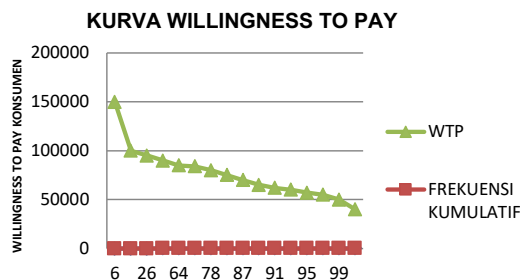
Untuk membuat kurva kesediaan membayar konsumen, dibuat berdasarkan frekuensi kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai *willingness to pay*. Nilai tersebut dapat kita lihat pada kurva ([Gambar 1](#)): **berikut**:

Commented [yuh19]: Tidak sesuai Bahasa indo yg benar!

Rata-rata

Commented [yuh20]: Maksudnya? Tidak lazim istilah yang dipakai

Commented [y21]: Tabel 3



Sumber : Hasil Data Olahan Primer (2020)

Gambar 1. Kurva Willingness to Pay Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan gambar di atas Kurva *Willingness to Pay* pembelian asam pedas ikan patin menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu semakin tinggi harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Kurva tersebut juga memperlihatkan bahwa nilai WTP yang paling dibayar konsumen adalah Rp40.000 dan nilai WTP paling tinggi dibayar konsumen adalah Rp150.000,00. Dan sebanyak 64 responden yang bersedia membayar diatas harga yang telah ditetapkan yaitu Rp84.000. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Kurva *Willingness to pay* pembelian ayam goreng menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Nilai WTP terendah adalah Rp 5.000 dan nilai WTP tertinggi adalah sebesar Rp 60.000.

Agregat Data (Total WTP)

Untuk menentukan nilai agregasi WTP, didapatkan dari perkalian rata-rata antara nilai rata-rata WTP asam pedas ikan patin dengan jumlah responden yang bersedia membayar. Nilai agregasi WTP ini nantinya akan sangat berguna bagi pihak rumah makan karena dapat digunakan sebagai informasi mengenai nilai penjualan dengan nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen terhadap produk asam pedas ikan patin. Nilai Agregasi WTP dapat dilihat pada tabel 4: berikut:

Tabel 4. Nilai Agregasi WTP

Nilai Rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin	Jumlah Responden yang Bersedia	Nilai Agregasi
Rp. 87.410	64	Rp. 5.594.240

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jumlah nilai agregasi WTP asam pedas ikan patin diperoleh Rp 5.594.000,00. Dari hasil perhitungan tersebut memungkinkan pihak rumah makan

Commented [y22]: Gambar 1

Commented [y23]: Tabel 4

untuk melihat potensi harga yang dapat dikembangkan dari penetapan nilai rata-rata WTP konsumen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesiediaan Membayar Asam Pedas Ikan Patin

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar terhadap pembelian asam pedas ikan patin di Rumah Makan Pondok Guruh dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik.

Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui variabel independen memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik.

Tabel 5. Hasil Uji *likelihood ratio*

<i>Omnibus Test of Model coefficient</i>		
Chi square	Df	Sig (p-value)
43,888	7	0,000

Sumber : Hasil Output Regresi Logistik, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil pengujian secara keseluruhan (*overall test*) dengan menggunakan *likelihood ratio* diperoleh nilai *chi-square* sebesar 43,888 dengan tingkat *p-value* sebesar 0,000. Oleh karena itu, tingkat signifikansi yang diperoleh $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan kesiediaan membayar yang telah dibuat maka terima H1 dan tolak H0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sekurang-kurangnya terdapat satu variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuriana (2013) yang pada hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai *Chisquare* pada model tersebut sebesar 29,898 dengan signifikansi 0,000.

Commented [y24]: Tabel 5

Pengujian Parameter

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Wald (W). Hasil uji parsial dengan menggunakan Uji Wald dilakukan agar dapat melihat variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen secara parsial.

Tabel 6. Hasil Uji *Wald*

Variabel	B	S.E	Wald	Df	Sig	Simpulan
Usia	1,539	0,715	4,637	1	0,031*	Signifikan
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	1	0,841	Tidak signifikan
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	1	0,145	Tidak signifikan
Karyawan	-4,516	1,964	5,289	1	0,021*	Signifikan
(swasta/negri)						
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	1	0,030*	Signifikan
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	1	0,192	Tidak signifikan
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	1	0,009*	Signifikan
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	1	0,001*	Signifikan
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	1	0,022*	Signifikan
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	1	0,170	Tidak signifikan
Constant	-1,512	4,221	0,128	1	0,720	-

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Commented [y25]: Dibawah tabel di beri tambahan sumber dan tahun

Dapat kita lihat pada tabel di atas bahwa variabel usia memiliki nilai *wald* sebesar 4,637 > 4,087 (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,031 < \alpha$ (0,05). Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel usia memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Commented [y26]: Tabel 6

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa nilai *wald* dari variabel jenis kelamin sebesar $0,040 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,841 > \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel jenis kelamin tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Daulay (2012) dan Radam *et al.* (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa perempuan lebih peduli terhadap kesehatan dibandingkan dengan laki-laki pada saat ini.

Berdasarkan Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel pekerjaan karyawan dan wirausaha tersebut memiliki nilai yang signifikan dan berpengaruh terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin. Oleh karena itu variabel pekerjaan secara keseluruhan dianggap tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian asam pedas ikan patin dikarenakan masih adanya nilai variabel dari beberapa jenis pekerjaan yang masih tidak signifikan. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Ratulangi (2016) yang menunjukkan nilai variabel pekerjaan sebesar $0,002 < 7,325$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,962 > (0,05)$. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel pekerjaan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar terhadap produk olahan durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor.

Commented [yuhan27]: Cek semuaaa

Langsung sebut tabel berapa?

Selanjutnya untuk variabel pendidikan memiliki nilai *wald* sebesar $6,838 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,009 < \alpha$ (0,05). Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa variabel pendidikan memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Dipeolu (2016) dan Rofiatin (2018) yang menjelaskan bahwa variabel tingkat Pendidikan secara positif dan signifikan mempengaruhi konsumen untuk bersedia membayar produk organik.

Nilai *wald* dari variabel pendapatan sebesar $11,523 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,001 < \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sesuai dengan pendapat Sriwaranun *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kesediaan konsumen membeli produk dengan harga yang lebih tinggi dengan pendapatan rumah tangga konsumen, dan hubungannya cenderung positif.

Selanjutnya nilai *wald* dari variabel kualitas produk sebesar $2,524 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,022 < \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh AUFANADA (2017). Dimana pengujian terhadap variabel kualitas produk memperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0,006 ($p \text{ sig.} < \alpha$), hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen produk sayur organik.

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *wald* sebesar $1,882 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,170 > \alpha$ (0,05). Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai *wald* dari variabel kualitas pelayanan sebesar $2,247 < 5,029$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,134 > (0,05)$. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar terhadap pembelian ayam goreng di Warung Seafood 2000, Medan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan penjabaran di atas menunjukkan bahwa variabel usia, pendidikan, pendapatan dan kualitas produk secara signifikan berpengaruh nyata terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi logistik sebagai berikut :

$$\text{Logit (y)} = -1,512 + 1,539\text{usia} - 2,033\text{pendidikan} + 3,056\text{pendapatan} + 1,375\text{kualitas produk}$$

Interpretasi Odds Ratio

Nilai *Odds ratio* ini juga disediakan oleh tabel "Variables in The Equation" pada kolom

Exp(B) berikut :

Tabel 7. Variables in The Equation

Variabel	B	S.E	Wald	Sig	Odds ratio Exp (B)
Usia	1,539	0,715	4,637	0,031*	4,659
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	0,841	0,942
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	0,145	0,076
Karyawan(swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	0,021*	0,011
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	0,030*	0,023
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	0,192	0,048
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	0,009*	0,131
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	0,001*	21,253
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	0,022*	3,954
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	0,170	0,867
Constant	-1,512	4,221	0,128	0,720	

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Berdasarkan hasil di atas dapat kita menginterpretasikan *Odds ratio* sebagai berikut :

1. Semakin bertambahnya usia seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 4,659 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015). Dalam penelitiannya menyatakan bahwa nilai *odds ratio* variabel usia sebesar 0.892 sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin

Commented [yuh28]: Semua paragraph baru, menjorok berapa huruf, baca template! Revisi dan cek semua paragraf

Commented [y29]: Dibawah tabel di beri tambahan sumber dan tahun

Commented [y30]: Berdasarkan tabel 7

bertambahnya usia seseorang maka peluang mereka untuk bersedia membayar lebih tinggi terhadap sayuran organik yaitu 0.892 kali lipat dibandingkan dengan konsumen yang usianya lebih muda.

2. Kecenderungan seseorang yang berjenis kelamin laki-laki untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,942 kali lebih rendah jika dibandingkan seseorang yang berjenis kelamin perempuan. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015) yang pada hasil penelitiannya menyebutkan bahwa nilai *odds ratio* pada variabel jenis kelamin yaitu sebesar 19.237 sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen dengan jenis kelamin perempuan memiliki kesediaan membayar lebih tinggi terhadap sayuran organik yaitu 19.237 kali lipat dibandingkan konsumen yang berjenis kelamin laki-laki.
3. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,076 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
4. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Karyawan Swasta/Negeri untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,011 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
5. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Wirausaha untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,023 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
6. Kecenderungan seseorang yang bekerja dengan Pekerjaan Lainnya untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,048 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan selain pekerjaan tersebut.
7. Semakin bertambahnya pendidikan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 0,131 kali lipat. Hal ini memperkuat pendapat Sumarwan (2011) yang menyatakan bahwa seorang konsumen yang memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi akan sangat responsif terhadap suatu informasi dan hal tersebut mempengaruhinya dalam pengambilan keputusan suatu produk.
8. Semakin bertambahnya pendapatan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 21,253 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian dari Christdavina (2013) dan Priambodo (2014) yang menyatakan bahwa semakin besar tingkat pendapatan konsumen, maka semakin besar pula kesediaan membayar konsumen terhadap produk sayuran organik.
9. Semakin meningkatnya kualitas produk rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 3,954 kali lipat. Hasil tersebut mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh Aufanada (2017) dengan nilai *odds ratio* yaitu 2,345 kali lipat untuk bersedia membayar lebih mahal dari harga yang telah ditetapkan.

10. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 0,867 kali lipat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Besarnya nilai yang bersedia dibayarkan konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru terhadap pembelian asam pedas ikan patin berdasarkan hasil rumus rata-rata *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin adalah variabel usia, pendapatan, pendidikan, dan kualitas produk.

Saran

RM. Pondok Gurih Pekanbaru **harus** lebih meningkatkan **kualitas pelayanan** terhadap konsumen ~~sehingga konsumen merasa lebih senang dan puas berada~~ di RM. Pondok Gurih Pekanbaru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Pemilik (*Owner*) Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru dan juga para karyawan yang telah mengizinkan, membantu dan mendukung dalam penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Agustina. (2019). Analisis *Willingness to Pay More* Terhadap Pembelian Ayam Goreng di Warung Seafood 2000, Medan. Medan: Skripsi USU.
- Alfasiri. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Adelina. (2013). Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Aufanada, V. E. (2017). Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 3(2).
- Celona, N. (2015). Analisis Kesediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik Giant Hypermarket, Kota Bogor. Bogor: IPB.
- Christdavina, N. (2013). Analisis *Willingness to Pay* Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Saran Bakti. Bogor: IPB.
- Creswell, J. (2012). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daulay, W. M. (2012). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) *Mie Instant* Sayur di Serambi Botani. Bogor: IPB.
- Dhiska, A. S. (2012). Analisis Kesediaan Membayar Beras Analog di Serambi Botani. Bogor: Skripsi FEB IPB.

Commented [yuh31]: Gunakan kata sebaiknya, bukan harus

Commented [yuh32]: Saran sebaiknya berdasarkan temuan riset anda saja, bahwa factor yang mempengaruhi WTP... adalah ..., kualitas produk. Nah sarannya atas dasar ini saja, bukan kualitas pelayanan, karena berbeda dan tidak ada landasan empirisnya di sini.

Commented [yuh33]: Lebih tepatnya bukan kepuasan dalam riset and aini, goal riset anda WTP.

Sebaiknya:sehingga dapat meningkatkan WTP para konsumen Rumah Makan

- Dipeolu, A. O. (2016). *Factors influencing Willingness to Pay for Organic Vegetables among Civil Servants in a Developing Country*. Nigeria: International Journal of Vegetable Science. Departement of agriculture economics and farm management, federal university of agriculture, Abeokuta.
- Firdaus, M., & Farid, M. A. (2011). *Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Hamzaoui, L., & Zahaf, M. (2012). *Canadian Organic Food Consumers Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices*. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* , 24(1): 1-21.
- Imaslihkah, S. M. (2013). Analisis Regresi Logistik Ordinal Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 di ITS Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS* , 2(2): 177-182.
- Kamal, M. (2014). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Willingness to Pay Pengguna Trans Jogja*. Yogyakarta: Skripsi UMY.
- Khairuman, S. (2011). *Budidaya Patin Super*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Nuriana, W. D. (2013). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor*. <https://doi.org/10.1136/bmj.37938.645220.EE> .
- Priambodo, L. (2014). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sayur Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. *Jurnal IPB* , 5(1): 5-12.
- Radam, A. Y. (2010). *Consumer's Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay toward Food Products with "No Added MSG" Labelling*. *International Journal of Marketing Studies* .
- Ratulangi, R. (2016). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Produk Olahan Durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor*. Bogor: Pascasarjana IPB.
- Rofiatin, d. (2018). *Pola WTP dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayuran Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang*. Malang: Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.
- Salma, & Indah. (2012). *Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*. *Jurnal Dinamika Pembangunan* , 1(2): 153-165.
- Sarwono, J. (2011). *Mixed Method*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sriwaranun, Y. C. (2015). *Consumer's Willingness to Pay for Organic Products in Thailand*. *International Journal of Social Economics* , 42(5): 480-510.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.

PERBAIKAN REVIEWER B
FILE 276-1226-4-ED
TANGGAL 20 OKTOBER 2020

CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ASAM PEDAS IKAN PATIN DI RUMAH MAKAN PONDOK GURIH PEKANBARU

Received: May, 2020 /Accepted:

ABSTRACT

This research was conducted at Pondok Gurih Restaurant Pekanbaru which aims to calculate the value of the willingness to pay of consumers and to analyze the factors that affect the willingness to pay of consumers for the purchase of catfish spicy acid. This research can be used as information material for the restaurant to improve quality and facilities for consumer demand. The research method used is a survey method that used primary data and secondary data. The data collection techniques through interviews. The population used is the consumer of Pondok Gurih Restaurant Pekanbaru. The sample in this study are consumers who eat at the restaurant and are willing to be interviewed. The number of respondents used in this study was 100 people. The data analysis method used in this research is logistic regression. The results showed that the average cost to be paid by consumers was Rp. 87,410.00 with the lowest WTP value of Rp. 40,000 and the highest was Rp. 150,000. Then the variables that significantly affect the consumer's desire to pay are age, income, education and product quality. Suggestions to businesses are to continue to improve product quality.

Keywords : willingness to pay, logistic regression, spicy acid Catfish, consumer demand

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang bertujuan untuk menghitung nilai kesediaan membayar konsumen dan menganalisis faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin di rumah makan tersebut. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi pihak rumah makan untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas terhadap permintaan konsumen. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survei. Populasi yang digunakan adalah konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang makan di rumah makan tersebut dan bersedia untuk diwawancarai. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik. Hasil penelitian menyatakan bahwa nilai rata-rata WTP yang harus dibayar konsumen adalah Rp 87,410.00 dengan nilai WTP terendah Rp 40.000 dan yang tertinggi adalah Rp 150.000. Kemudian variabel yang signifikan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membayar adalah usia, pendapatan, pendidikan dan kualitas produk. Variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah jenis kelamin, kualitas pelayanan dan pekerjaan. Saran kepada pelaku usaha adalah terus meningkatkan kualitas produk.

Kata kunci : kesediaan membayar, regresi logistik, asam pedas Patin, permintaan konsumen

PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru merupakan ibu kota dan kota terbesar di Provinsi Riau. Kota ini merupakan kota yang terkenal akan perdagangan dan jasanya. Kemudian saat ini dunia usaha dalam bidang kuliner di Kota Pekanbaru sedang berkembang sangat pesat. Mulai dari usaha baru, usaha yang sudah ada kemudian melakukan ekspansi, maupun kuliner modern makanan siap saji (*fast food*) ataupun rumah makan khas melayu tradisional. Berkunjung ke Pekanbaru tak lengkap bila belum mencicipi masakan tradisional daerahnya. Karena Pekanbaru sangat terkenal dengan beragam makanan tradisional khas melayu. Hidangan tradisional banyak digemari oleh masyarakat karena

makanan tradisional menyimpan berbagai khasiat dan kandungan yang menyehatkan tubuh seperti rendah lemak dan lebih alami atau non kimiawi karena dibuat dengan rempah-rempah alami dibandingkan dengan makan cepat saji (*fast food*) yang kebanyakan terbuat dari bahan-bahan kimiawi yang dapat merusak kesehatan tubuh. Hal inilah yang membuat masyarakat sadar dan beralih menuju ke kehidupan yang lebih sehat. Ada beberapa hal yang biasanya dicari oleh para wisatawan jika berkunjung ke Pekanbaru yaitu masakan khas Pekanbaru berbentuk masakan ikan.

Tabel 1. Masakan Khas Pekanbaru Berbentuk Masakan Ikan

No	Masakan Khas Pekanbaru	Hasil Masakan
1	Asam Pedas Ikan Patin	Asam Pedas Ikan Patin
2	Ikan Salai	Gulai Salai
3	Ikan Baung	Asam Pedas Baung

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, 2020

Berdasarkan tabel 1 dapat kita lihat makanan khas Pekanbaru yang pertama adalah asam pedas ikan patin. Kemudian diikuti dengan gulai salai dan asam pedas ikan baung. Asam pedas ikan patin merupakan makanan khas Provinsi Riau yang cukup terkenal. Keberadaan kota Pekanbaru yang di apit oleh 4 sungai Siak, Sungai Rokan, Sungai Kampar dan Sungai Indragiri memungkinkan Pekanbaru mendapatkan suplai ikan patin.

Ikan patin sudah terbukti mengandung kandungan gizi yang tinggi, protein dan lemak tak jenuh yang sangat tinggi. Kedua jenis zat ini sangatlah berguna untuk mencegah penumpukan lemak dan penyumbatan pada pembuluh darah, mempercepat pertumbuhan otot, dan mencegah terjadinya berbagai macam penyakit, seperti kardiovaskuler dan jantung koroner (Khairuman, 2011). Daging ikan patin memiliki tekstur daging yang lembut apalagi jika bumbunya meresap sampai ke daging hingga menciptakan aroma yang mampu menarik setiap orang untuk menyantapnya. Karena hal itu akibatnya di sejumlah warung makan di Riau, menu masakan ikan patin menjadi salah satu menu favorit khas Melayu salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Salah satu restoran yang menyediakan dan menjadikan masakan khas asam pedas ikan patin sebagai menu andalannya adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Ikan patin yang diolah di rumah makan ini berasal dari ikan patin sungai. Sehingga rasa dari ikan patin di rumah makan ini tentunya memiliki rasa yang lebih gurih sebab ikan yang digunakan adalah ikan patin sungai bukan ikan patin kolam atau budidaya seperti kebanyakan rumah makan lainnya. Hal ini yang menjadi daya tarik konsumen apabila ingin memiliki asam pedas ikan patin di rumah makan ini. Tabel 2 tentang banyaknya bahan baku ikan yang disediakan oleh Rumah Makan Pondok Gurih:

Tabel 2. Jumlah Persediaan Bahan Baku Ikan Rumah Makan Pondok Gurih

No	Jenis Ikan	Jumlah Produksi (Kg/Bulan)
1	Ikan Patin	750
2	Ikan Baung	670
3	Ikan Gurami	650
4	Ikan Kakap	450
5	Ikan Kerapu	180

Sumber : Rumah Makan Pondok Gurih, 2020

Berdasarkan tabel 2 dapat kita ketahui bahwa persediaan bahan baku ikan yang paling banyak adalah ikan patin sekitar 750 kg/bulan. Hal ini dikarenakan ikan patin merupakan jenis ikan yang paling banyak diminati oleh konsumen. Sehingga pihak rumah makan memproduksi lebih banyak.

Rumah makan ini terletak di pusat kota. Bagi para konsumen khususnya yang kantornya berdekatan dengan rumah makan ini, kerap seminggu sekali mendatangi rumah makan ini karena mereka mengaku sudah menjadi langganan dan juga sangat menyukai menu masakan di rumah makan ini terutama asam pedas ikan patin itu sendiri. Harga yang ditawarkan untuk masakan berbahan utama ikan di rumah makan ini terbilang cukup mahal, termasuk juga harga dari asam pedas ikan patin. Tak heran jika pelanggan dari rumah makan ini rata-rata memiliki pendapatan yang cukup besar. Meskipun harganya cukup mahal, tetapi peminat menu asam pedas ikan patin di rumah makan ini tetap banyak. Karena kualitas produk yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan dari para konsumen.

Hal ini terbukti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Alfasiri (2019) mengenai Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Pada penelitiannya menunjukkan bahwa pemasaran pengalaman dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di RM. Pondok Gurih Kota Pekanbaru. Kemudian hasil penelitian Adelina (2013) mengenai Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan positif antara strategi *experiential marketing* dan loyalitas konsumen di RM. Pondok Gurih.

Willingness to pay merupakan harga maksimum yang rela dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu manfaat baik berupa barang atau jasa, serta menjadikan tolak ukur seberapa besar calon konsumen menghargai barang atau jasa tersebut. (Amelia, 2016).

Willingness to pay merupakan nilai ekonomi yang diartikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang berkeinginan mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. Konsep keinginan membayar seseorang terhadap barang atau jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan ini secara formal disebut dengan *willingness to pay* (Kamal, 2014).

Kesediaan untuk membayar (*willingness to pay*) bisa diartikan sebagai kesediaan masyarakat untuk menerima beban pembayaran, sesuai dengan besarnya jumlah yang sudah ditetapkan. *pay* penting adanya untuk melindungi konsumen dari bahaya monopoli perusahaan yang berkaitan dengan harga serta penyediaan produk yang berkualitas (Grace, 2014).

Pentingnya penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui seberapa besar nilai kesediaan membayar (*Willingness to pay*) konsumen terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin. Untuk mengetahui nilai tersebut, maka digunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Kemudian penelitian ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor apa aja yang mempengaruhi kesediaan membayar (*Willingness to pay*) konsumen terhadap pembelian Asam Pedas Ikan Patin tersebut dengan menggunakan analisis data yaitu regresi logistik.

Berdasarkan uraian di atas dapat kita ketahui bahwa sangatlah penting mengonsumsi makanan yang mengandung banyak gizi seperti asam pedas ikan patin. Karena sangat baik untuk kesehatan tubuh. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan analisis dengan judul “Analisis kesediaan membayar (*Willingness to pay*) konsumen terhadap pembelian menu asam pedas ikan patin di Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru”.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Pondok Guruh Pekanbaru pada bulan tanggal Januari 2020 – Februari 2020.

Jenis dan Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Creswell, 2012). Kemudian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu di dalam daerah atau lokasi tertentu (Daniel, 2015).

Metode Sampling

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel *non probabilitas*, dimana pemilihan anggota populasi menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penulis menggunakan pertimbangan sendiri dengan cara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis berdasarkan kriteria atau ciri-ciri tertentu (Sugiyono, 2011).

Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terstruktur, kemudian melalui penyebaran kuisioner dan melakukan observasi langsung di lapangan.

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan satu digunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) (Salma, 2012). Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) dalam menentukan nilai kesediaan membayar seseorang, diantaranya adalah :

a. Membuat Pasar Hipotesis

Pada pasar hipotesis ini kita akan membuat sebuah gambaran alasan mengapa kita harus membayar lebih terhadap suatu produk tersebut. Penelitian ini menjelaskan bahwa sangat dianjurkan konsumen untuk mengonsumsi Ikan Patin karena Ikan Patin memiliki banyak kandungan gizi.

b. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Untuk mendapatkan nilai WTP peneliti melakukan wawancara terhadap responden melalui kuesioner. Nilai WTP tersebut ditentukan dengan metode *bidding game* (metode tawar-

menawar yaitu responden mendapatkan tawaran dari nilai terkecil sampai besar). Maka diperoleh nilai WTP maksimum yang bersedia dibayar konsumen.

c. Memperkirakan Nilai Rata-rata WTP

Memperkirakan nilai rata-rata WTP dapat dilakukan dengan menggunakan nilai rata-rata dari penjumlahan keseluruhan nilai WTP dibagi dengan jumlah responden. Dugaan Rataan WTP dihitung dengan rumus :

$$EWTP = \frac{wi}{n} \quad (1)$$

Keterangan :

$EWTP$ = Dugaan rataan WTP

wi = Nilai WTP ke- i

n = Jumlah responden

i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i= 1,2,\dots, n$)

d. Menduga Kurva WTP

WTP diregresikan sebagai variabel tidak bebas (dependent variable) dengan beberapa variabel bebas.

$$W = f (X_1, X_2, \dots X_n) \quad (2)$$

Dimana:

W : Besarnya nilai WTP

X : Variabel bebas (faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya W)

e. Menjumlahkan Data

Untuk menjumlahkan data nilai WTP dari responden dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$TWTP = WTPi \left(\frac{ni}{N} \right) . P \quad (3)$$

Keterangan :

$TWTP$ = Total WTP

$WTPi$ = WTP individu sampel ke- i

Ni = Jumlah sampel ke- i yang bersedia membayar sebesar WTP

N = Jumlah sampel

P = Jumlah populasi

i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1,2,\dots, n$)

Untuk menjawab tujuan dua dari penelitian maka digunakan analisis regresi logistik melalui program SPSS. Fungsi dari regresi logistik adalah untuk melihat faktor-faktor apa saja yang secara signifikan berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen (Firdaus (2011) . Jika variabel dependen bersifat kategorik dan dummy, maka analisis data yang dipakai adalah regresi logistik. Berikut persamaan regresi logistik pada penelitian ini yaitu:

$$\log(Y) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + \epsilon \quad (4)$$

Keterangan :

Y = WTP (0 = Tidak bersedia, 1 = Bersedia membayar lebih)

b_0 = Konstanta regresi

$b_{1,2,3,4,\dots}$ = Koefisien regresi usia, jenis kelamin, pendapatan, kualitas produk, kualitas pelayanan, pekerjaan, pendidikan.

X_1 = Usia

X_2 = Jenis Kelamin

X_3 = Pendapatan

X_4 = Kualitas Produk

X_5 = Kualitas Pelayanan

X_6 = Pekerjaan

X_7 = Pendidikan

e = Varians pengganggu

Untuk memeriksa kebaikan suatu model maka dapat dilakukan pengujian statistik sebagai berikut :

1. Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik (Imaslikah, 2013).

2. Pengujian Parameter

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah ada terdapat paling sedikit satu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat (Imaslikah, 2013). Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji wald (W).

3. Uji Rasio Odd

Rasio odd merupakan uji statistik yang berfungsi untuk melihat bagaimana rasio atau perbandingan peluang kejadian sukses dan tidak sukses dari peubah respon (Firdaus, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru

Seiring berjalannya waktu, bisnis kuliner kian berkembang semakin pesat di berbagai tempat, tak terkecuali di Kota Pekanbaru. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih yang merupakan rumah makan berskala menengah yang telah berkecimpung dalam bidangnya sejak tahun 1994. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Anton Basarah yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman No. 202. Rumah makan ini menganut konsep rumah makan tradisional dan memiliki nuansa melayu yang sangat kental. Hal ini terlihat dari suasana pondok yang bersih dengan bangunan yang didominasi oleh pondasi dari bambu dan terkenal dengan menu andalan khas melayu yaitu asam pedas ikan patin. Meskipun rumah makan ini terkenal dengan nuansa melayu

yang kental tetapi makanan yang disajikan merupakan masakan nusantara mulai dari masakan khas melayu, minang maupun jawa.

Rumah Makan Pondok Gurih ini memiliki halaman dan tempat parkir yang sangat luas. Rumah makan ini juga menawarkan tempat yang memiliki suasana yang tenang, nyaman, menyejukkan dan juga menyenangkan. Rumah makan pondok gurih dilengkapi fasilitas pendukung seperti arena bermain anak, ruangan khusus AC, musik, panggung pesta dan musholla. Rumah Makan Pondok Gurih sengaja di *design* untuk konsumen yang berkunjung dari dalam maupun luar kota. Tidak jarang banyak para pejabat pemerintahan yang selalu meluangkan waktunya untuk makan di restoran ini salah satunya yaitu Bapak H. Syamsuar dan Bapak Joko widodo yang pernah singgah ke Pondok Gurih ini.

Karateristik Demografi

Karateristik demografi responden berupa jenis kelamin dikategorikan menjadi laki-laki dan perempuan, kelompok usia mulai dari 18 tahun hingga diatas 35 tahun, tingkat pendidikan terakhir yang dikategorikan mulai dari tingkat SD, SMP, SMA, dan akademia/universitas. Kemudian untuk pekerjaan dikategorikan menjadi ibu rumah tangga, pelajar/mahasiswa, karyawan (Swasta/Negeri) dan wirausaha. Untuk pendapatan responden dikategorikan mulai dari dibawah Rp 1000.000 hingga diatas Rp 3.500.000.

Konsumen Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan beberapa perbedaan pada setiap karakteristik responden yang telah diukur. Responden pada penelitian ini didominasi oleh konsumen berjenis kelamin Pria, kelompok usia > 35 tahun, pendidikan terakhir Akademi/Universitas, mempunyai penghasilan/pendapatan > Rp3.500.000 per bulan, memiliki pekerjaan sebagai Karyawan Negeri/Swasta. Kesiapan membayar lebih responden terhadap asam pedas ikan patin dimulai dari harga Rp 85.000 sampai dengan Rp 150.000 dengan frekuensi pembelian produk asam pedas ikan patin adalah tidak menentu.

Menghitung Nilai WTP (willingness to pay) Konsumen terhadap Pembelian Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan data survei dari 100 responden yang telah dilakukan, terdapat 64 konsumen yang bersedia membayar lebih asam pedas ikan patin dan sebanyak 36 responden tidak bersedia membayar lebih dari Rp 84.000,00 dan memilih harga yang lebih rendah atau sama dengan harga yang ditawarkan. Para responden yang bersedia membayar lebih mengaku bahwa kesiapan mereka didasari atas pengetahuan yang mereka miliki dan juga mereka percaya bahwa mengonsumsi makan berbahan baku ikan yang diolah dengan rempah-rempah alami akan lebih mendatangkan banyak manfaat dibanding mengonsumsi makanan cepat saji atau *fast food*. Sedangkan ketidaksiapan para responden disebabkan belum munculnya kesadaran mereka untuk mengonsumsi makanan yang lebih menyehatkan. Selain itu, ketidaksiapan konsumen juga dikarenakan mereka tidak mampu membayar dan responden belum mengetahui secara baik keunggulan atau manfaat yang didapat jika mengonsumsi daging ikan terutama ikan patin itu sendiri.

Untuk mengetahui dugaan nilai rata-rata *willingness to pay* (EWTP) yaitu dapat dihitung berdasarkan data distribusi dari *willingness to pay* (WTP) responden dengan menggunakan rumus EWTP. Nilai tersebut dikelompokkan dan diurutkan mulai dari nilai yang terkecil sampai urutan yang terbesar. Hasil perhitungan (EWTP) terhadap pembelian asam pedas ikan patin pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 :

Tabel 3. Distribusi Rata-rata WTP

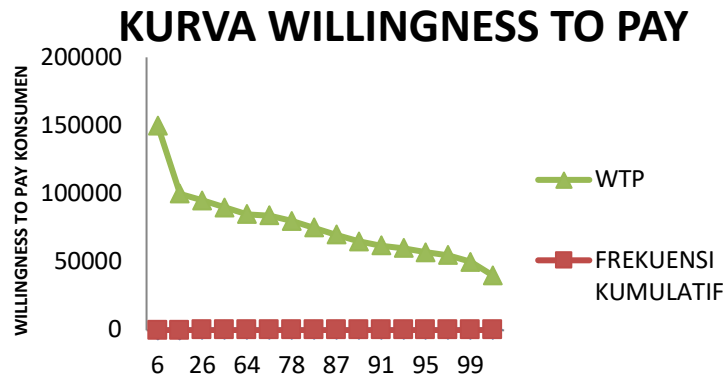
Kelas WTP Konsumen (Rp)	Frekuensi (Orang)	Frekuensi Kumulatif	Frekuensi Relatif (Pfi) %	EWTP (Rp)	Total WTP
40.000	1	100	0,01	400	40.000
50.000	3	99	0,03	1500	150.000
55.000	1	96	0,01	550	55.000
57.000	1	95	0,01	570	57.000
60.000	3	94	0,03	1800	180.000
62.000	1	91	0,01	620	62.000
65.000	3	90	0,03	1950	195.000
70.000	4	87	0,04	2800	280.000
75.000	5	83	0,05	3750	375.000
80.000	6	78	0,06	4800	480.000
84.000	8	72	0,08	6720	672.000
85.000	14	64	0,14	11900	1.190.000
90.000	24	50	0,24	21600	2.160.000
95.000	11	26	0,11	10450	1.045.000
100.000	9	15	0,09	9000	900.000
150.000	6	6	0,06	9000	900.000
TOTAL	100		1	87.410	8.741.000

Sumber : Hasil Data Olahan Primer (2020)

Berdasarkan tabel 3 dapat kita lihat bahwa rata-rata besar nilai kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin berdasarkan hasil rumus Rataan *Willingness to Pay* (EWTP) yaitu sebesar Rp87.410,00. Harga ini lebih tinggi dari harga yang telah ditetapkan oleh pihak rumah makan yaitu Rp84.000. Oleh karena itu, nilai rata-rata WTP tersebut menandakan adanya surplus konsumen, karena nilai WTP konsumen lebih besar dari besarnya nilai rata-rata WTP yaitu sebesar Rp3.410,00. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dhiska (2012) yang pada penelitian tersebut didapatkan hasil nilai rata-rata WTP untuk beras analog yaitu seharga Rp22.610,00 per 800 gram. Harga ini tentunya lebih besar kalau dibandingkan dengan harga yang telah ditetapkan oleh pihak Serambi Botani yaitu Rp 20.000,00 per 800 gram. Sehingga dalam hal ini terdapat surplus konsumen yaitu Rp2.610,00.

Kurva WTP

Untuk membuat kurva kesediaan membayar konsumen, dibuat berdasarkan frekuensi kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai *willingness to pay*. Nilai tersebut dapat kita lihat pada kurva (Gambar 1) :



Sumber : Hasil Data Olahan Primer (2020)

Gambar1. Kurva Willingness to Pay Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *Willingness to Pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu semakin tinggi harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Kurva tersebut juga memperlihatkan bahwa nilai WTP yang paling dibayar konsumen adalah Rp40.000 dan nilai WTP paling tinggi dibayar konsumen adalah Rp150.000,00. Dan sebanyak 64 responden yang bersedia membayar diatas harga yang telah ditetapkan yaitu Rp84.000. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Kurva *Willingness to pay* pembelian ayam goreng menunjukkan slope negatif, artinya semakin besar harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Nilai WTP terendah adalah Rp 5.000 dan nilai WTP tertinggi adalah sebesar Rp 60.000.

Agregat Data (Total WTP)

Untuk menentukan nilai agregasi WTP, didapatkan dari perkalian rata-rata antara nilai rata-rata WTP asam pedas ikan patin dengan jumlah responden yang bersedia membayar. Nilai agregasi WTP ini nantinya akan sangat berguna bagi pihak rumah makan karena dapat digunakan sebagai informasi mengenai nilai penjualan dengan nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen terhadap produk asam pedas ikan patin. Nilai Agregasi WTP dapat dilihat pada tabel 4 :

Tabel 4. Nilai Agregasi WTP

Nilai Rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin	Jumlah Responden yang Bersedia	Nilai Agregasi
Rp. 87.410	64	Rp. 5.594.240

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui jumlah nilai agregasi WTP asam pedas ikan patin diperoleh Rp 5.594.000,00. Dari hasil perhitungan tersebut memungkinkan pihak rumah makan

untuk melihat potensi harga yang dapat dikembangkan nanti berdasarkan dari penetapan nilai rata-rata WTP konsumen tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesiediaan Membayar Asam Pedas Ikan Patin

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar terhadap pembelian asam pedas ikan patin di Rumah Makan Pondok Gurih dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik.

Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui variabel independen memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai *likelihood* pada regresi logistik.

Tabel 5. Hasil Uji *likelihood ratio*

<i>Omnibus Test of Model coefficient</i>		
Chi square	Df	Sig (<i>p-value</i>)
43,888	7	0,000

Sumber : Hasil Output Regresi Logistik, 2020

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui hasil dari pengujian yang telah dilakukan secara keseluruhan (*overall test*) dengan menggunakan *likelihood ratio*, maka diperoleh nilai *chi-square* sebesar 43,888 dengan tingkat *p-value* sebesar 0,000. Oleh karena itu, tingkat signifikansi yang diperoleh $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan kesiediaan membayar yang telah dibuat maka terima H1 dan tolak H0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sekurang-kurangnya terdapat satu variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuriana (2013) yang pada hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai *Chisquare* pada model tersebut sebesar 29,898 dengan signifikansi 0,000.

Pengujian Parameter

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Wald (W). Hasil uji parsial dengan menggunakan uji wald ini dilakukan supaya mengetahui variabel-variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat secara parsial.

Tabel 6. Hasil Uji *Wald*

Variabel	B	S.E	Wald	Df	Sig	Simpulan
Usia	1,539	0,715	4,637	1	0,031*	Signifikan
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	1	0,841	Tidak signifikan
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	1	0,145	Tidak signifikan
Karyawan (swasta/nagri)	-4,516	1,964	5,289	1	0,021*	Signifikan
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	1	0,030*	Signifikan
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	1	0,192	Tidak signifikan
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	1	0,009*	Signifikan
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	1	0,001*	Signifikan
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	1	0,022*	Signifikan
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	1	0,170	Tidak signifikan
Constant	-1,512	4,221	0,128	1	0,720	-

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2020)

Dapat kita lihat pada tabel 6 bahwa variabel usia memiliki nilai *wald* sebesar $4,637 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,031 < \alpha (0,05)$. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel usia memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru.

Berdasarkan tabel 6 menyatakan bahwa nilai *wald* dari variabel jenis kelamin sebesar $0,040 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,841 > \alpha (0,05)$. Hal ini menyatakan bahwa variabel jenis kelamin tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Daulay (2012) dan Radam *et al.* (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa wanita lebih peduli terhadap kesehatan dibandingkan dengan pria pada saat ini.

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel pekerjaan karyawan dan wirausaha tersebut memiliki nilai yang signifikan dan berpengaruh terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin. Oleh karena itu variabel pekerjaan secara keseluruhan dianggap tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian asam pedas ikan patin dikarenakan masih adanya nilai variabel dari beberapa jenis pekerjaan yang masih tidak signifikan. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Ratulangi (2016) yang menunjukkan nilai variabel pekerjaan sebesar $0,002 < 7,325$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,962 > (0,05)$. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel pekerjaan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar konsumen terhadap produk olahan durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor.

Selanjutnya untuk variabel pendidikan memiliki nilai *wald* sebesar $6,838 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,009 < \alpha (0,05)$. Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa variabel pendidikan memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dipeolu (2016) dan Rofiatin (2018) yang menjelaskan bahwa variabel tingkat pendidikan secara positif dan signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap produk organik.

Nilai *wald* dari variabel pendapatan sebesar $11,523 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,001 < \alpha (0,05)$. Hal ini menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Sriwaranun *et al.* (2015) yang hasil penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kesediaan kesediaan membayar lebih konsumen dengan pendapatan rumah tangga konsumen.

Selanjutnya nilai *wald* dari variabel kualitas produk sebesar $2,524 > 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,022 < \alpha (0,05)$. Hal ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Aufanada (2017) yaitu menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,006 ($p \text{ sig.} < \alpha$), hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara signifikan positif berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen produk sayuran organik.

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *wald* sebesar $1,882 < 4,087$ (*chi square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,170 > \alpha$ (0,05), yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai *wald* dari variabel kualitas pelayanan sebesar $2,247 < 5,029$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,134 > (0,05)$. Hal ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar terhadap pembelian ayam goreng di Warung Seafood 2000, Medan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan penjabaran di atas menunjukkan bahwa variabel usia, pendidikan, pendapatan dan kualitas produk secara signifikan berpengaruh nyata terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi logistik sebagai berikut :

$$\text{Logit (y)} = -1,512 + 1,539\text{usia} - 2,033\text{pendidikan} + 3,056\text{pendapatan} + 1,375\text{kualitas produk}$$

Interpretasi rasio odd

Nilai rasio odd ini juga disediakan oleh tabel "*Variables in The Equation*" pada kolom Exp(B) berikut :

Tabel 7. Variables in The Equation

Variabel	B	S.E	Wald	Sig	Odds ratio Exp (B)
Usia	1,539	0,715	4,637	0,031*	4,659
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	0,841	0,942
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	0,145	0,076
Karyawan(swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	0,021*	0,011
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	0,030*	0,023
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	0,192	0,048
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	0,009*	0,131
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	0,001*	21,253
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	0,022*	3,954
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	0,170	0,867
Constant	-1,512	4,221	0,128	0,720	

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan tabel 7 dapat kita menginterpretasikan *Odds ratio* sebagai berikut :

1. Semakin bertambahnya usia seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 4,659 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015) dengan nilai rasio odd variabel usia sebesar 0.892.

2. Kecenderungan seseorang yang berjenis kelamin laki-laki untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,942 kali lebih rendah jika dibandingkan seseorang yang berjenis kelamin perempuan. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015) yang pada hasil penelitiannya menyebutkan bahwa nilai *odds ratio* pada variabel jenis kelamin yaitu sebesar 19.237.
3. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,076 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
4. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Karyawan Swasta/Negeri untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,011 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
5. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai Wirausaha untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,023 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
6. Kecenderungan seseorang yang bekerja dengan Pekerjaan Lainnya untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,048 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan selain pekerjaan tersebut.
7. Semakin bertambahnya pendidikan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 0,131 kali lipat. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Sumarwan (2011) yang menyatakan bahwa konsumen yang memiliki pendidikan yang tinggi akan lebih tanggap terhadap suatu informasi dan hal ini akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen terhadap suatu produk.
8. Semakin bertambahnya pendapatan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 21,253 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian dari Christdavina (2013) dan Priambodo (2014) yang menyatakan jika semakin tinggi pendapatan atau penghasilan konsumen, maka semakin tinggi pula nilai WTPnya.
9. Semakin meningkatnya kualitas produk rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 3,954 kali lipat. Hasil tersebut mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh Aufanada (2017) dengan nilai rasio odd yaitu 2,345 kali lipat kecenderungan konsumen untuk bersedia membayar lebih besar dari harga yang telah ditetapkan.
10. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 0,867 kali lipat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Besarnya nilai yang bersedia dibayarkan konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin berdasarkan hasil rumus rata-rata *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Faktor-

faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin adalah variabel usia, pendapatan, pendidikan, dan kualitas produk.

Implikasi

Besarnya nilai WTP konsumen adalah penting bagi pemilik usaha sebagai dasar pertimbangan dan bahan informasi untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas terhadap permintaan konsumen. Penelitian dengan menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi WTP konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin juga dapat dikembangkan dengan menggunakan pengamatan yang lebih luas atau panjang, sehingga memiliki kekuatan data yang lebih baik untuk dibandingkan.

Saran

Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru sudah memiliki kualitas produk yang baik. Oleh karena itu, sebaiknya terus dilakukan peningkatan terhadap kualitas produk agar kedepannya dapat meningkatkan *willingness to pay* (WTP) konsumen di rumah makan ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Pemilik (*Owner*) Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru dan juga para karyawan yang telah mengizinkan, membantu dan mendukung dalam penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang telah bersedia mejadi responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Agustina. (2019). Analisis *Willingness to Pay More* Terhadap Pembelian Ayam Goreng di Warung Seafood 2000, Medan. Medan: Skripsi USU.
- Alfasiri. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Adelina. (2013). Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Aufanada, V. E. (2017). Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research* , 3(2).
- Celona, N. (2015). Analisis Kesediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik Giant Hypermarket, Kota Bogor. Bogor: IPB.
- Christdavina. (2013). Analisis *Willingness to Pay* Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Saran Bakti. Bogor: IPB.
- Creswell, J.(2012). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daulay.(2012). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) *Mie Instant* Sayur di Serambi Botani. Bogor: IPB.
- Dhiska, A. S. (2012). Analisis Kesediaan Membayar Beras Analog di Serambi Botani. Skripsi. Bogor: IPB.
- Dipeolu, A. O. (2016). *Factors influencing Willingness to Pay for Organic Vegetables among Civil Servants in a Developing Country*. Nigeria: International Journal of Vegetable Science.

Departement of agriculture economics and farm management, federal university of agriculture, Abeokuta.

- Firdaus, M., & Farid, M. A. (2011). *Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Hamzaoui, L., & Zahaf, M. (2012). *Canadian Organic Food Consumers Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices*. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* , 24(1): 1-21.
- Imaslihkah, S. M. (2013). Analisis Regresi Logistik Ordinal Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 di ITS Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS* , 2(2): 177-182.
- Kamal, M. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Pengguna Trans Jogja. Yogyakarta: Skripsi UMY.
- Khairuman, S. (2011). *Budidaya Patin Super*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Nuriana, W. D. (2013). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor*. <https://doi.org/10.1136/bmj.37938.645220.EE> .
- Priambodo, L. (2014). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sayur Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. *Jurnal IPB* , 5(1): 5-12.
- Radam, A. Y. (2010). *Consumer's Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay toward Food Products with "No Added MSG" Labelling*. *International Journal of Marketing Studies* .
- Ratulangi. (2016). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Produk Olahan Durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor*. Bogor: Pascasarjana IPB.
- Rofiatin, d. (2018). *Pola WTP dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayuran Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang*. Malang: Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.
- Salma, & Indah. (2012). Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost. *Jurnal Dinamika Pembangunan* , 1(2): 153-165.
- Sarwono, J. (2011). *Mixed Method*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sriwaranun, Y. C. (2015). *Consumer's Willingness to Pay for Organic Products in Thailand*. *International Journal of Social Economics* , 42(5): 480-510.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.

LAYOUT EDITOR
FILE 276-1189-3-ED
TANGGAL 25 OKTOBER 2020

CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR THE PURCHASE OF SPICY ACID CATFISH AT PONDOK GURIH PEKANBARU RESTAURANT

ANALISIS KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ASAM PEDAS IKAN PATIN DI RUMAH MAKAN PONDOK GURIH PEKANBARU

Fitri Yuliasma^{*1)}, Trisla Warningsih²⁾, and Darwis AN²⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau

²⁾ Dosen Fakultas Perikanan dan Kelautan Universitas Riau

Received: June 10, 2020 / Accepted: October 25, 2020

ABSTRACT

This research was conducted at Pondok Gurih Restaurant Pekanbaru which aims to calculate the value of the willingness to pay of consumers and to analyze the factors that affect the willingness to pay of consumers for the purchase of catfish spicy acid. This research can be used as information material for the restaurant to improve quality and facilities for consumer demand. The research method used is a survey method that used primary data and secondary data. The data collection techniques through interviews. The population used is the consumer of Pondok Gurih Restaurant Pekanbaru. The sample in this study are consumers who eat at the restaurant and are willing to be interviewed. The number of respondents used in this study was 100 people. The data analysis method used in this research is logistic regression. The results showed that the average cost to be paid by consumers was IDR 87,410 with the lowest WTP value of IDR 40,000 and the highest was IDR 150,000. Then the variables that significantly affect the consumer's desire to pay are age, income, education and product quality. Suggestions to businesses are to continue to improve product quality.

Keywords: consumer demand, willingness to pay, logistic regression.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang bertujuan untuk menghitung nilai kesediaan membayar konsumen dan menganalisis faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin di rumah makan tersebut. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi pihak rumah makan untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas terhadap permintaan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Populasi yang digunakan adalah konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang makan di rumah makan tersebut dan bersedia untuk diwawancarai. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik. Hasil penelitian menyatakan bahwa nilai rata-rata WTP yang harus dibayar konsumen adalah Rp 87.410 dengan nilai WTP terendah Rp 40.000 dan yang tertinggi adalah Rp 150.000. Kemudian variabel yang signifikan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membayar adalah usia, pendapatan, pendidikan dan kualitas produk. Variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah jenis kelamin, kualitas pelayanan dan pekerjaan. Saran kepada pelaku usaha adalah terus meningkatkan kualitas produk.

Kata kunci: permintaan konsumen, kesediaan membayar, regresi logistik.

* Corresponding author: Fitri Yuliasma, fitriyuliasma@gmail.com

Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau

PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru merupakan ibu kota dan kota terbesar di Provinsi Riau. Kota ini merupakan kota yang terkenal akan perdagangan dan jasanya. Saat ini, dunia usaha dalam bidang kuliner di Kota Pekanbaru sedang berkembang sangat pesat. Mulai dari usaha baru, usaha yang sudah ada kemudian melakukan ekspansi, maupun kuliner modern makanan siap saji (*fast food*) ataupun rumah makan khas melayu tradisional. Hidangan tradisional banyak digemari oleh masyarakat karena makanan tradisional menyimpan berbagai khasiat dan kandungan yang menyehatkan tubuh seperti rendah lemak dan lebih alami atau non kimiawi karena dibuat dengan rempah-rempah alami dibandingkan dengan makan cepat saji (*fast food*) yang kebanyakan terbuat dari bahan-bahan kimiawi yang dapat merusak kesehatan tubuh. Hal inilah yang membuat masyarakat sadar dan beralih menuju ke kehidupan yang lebih sehat. Ada beberapa hal yang biasanya dicari oleh para wisatawan jika berkunjung ke Pekanbaru yaitu masakan khas Pekanbaru berbentuk masakan ikan.

Tabel 1. Masakan Khas Pekanbaru Berbentuk Masakan Ikan

No	Masakan Khas Pekanbaru	Hasil Masakan
1	Asam Pedas Ikan Patin	Asam Pedas Ikan Patin
2	Ikan Salai	Gulai Salai
3	Ikan Baung	Asam Pedas Baung

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru (2020)

Berdasarkan Tabel 1, nampak bahwa makanan khas Pekanbaru yang pertama adalah asam pedas ikan patin, kemudian diikuti dengan gulai salai dan asam pedas ikan baung. Asam pedas ikan patin merupakan makanan khas Provinsi Riau yang cukup terkenal. Keberadaan Kota Pekanbaru yang diapit oleh 4 (empat) sungai Siak, Sungai Rokan, Sungai Kampar, dan Sungai Indragiri memungkinkan Pekanbaru mendapatkan suplai ikan patin.

Ikan patin sudah terbukti mengandung kandungan gizi yang tinggi, protein, dan lemak tak jenuh yang sangat tinggi. Kedua jenis zat ini sangatlah berguna untuk mencegah penumpukan lemak dan penyumbatan pada pembuluh darah, mempercepat pertumbuhan otot, dan mencegah terjadinya berbagai macam penyakit, seperti kardiovaskuler dan jantung koroner (Khairuman, 2011). Daging ikan patin memiliki tekstur daging yang lembut apalagi jika bumbunya meresap sampai ke daging hingga menciptakan aroma yang mampu menarik setiap orang untuk menyantapnya. Hal ini membuat sejumlah warung makan di Riau menyediakan menu masakan ikan patin yang menjadi salah satu menu favorit khas Melayu. Salah satu rumah makan tersebut adalah Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Ikan patin yang diolah di rumah makan ini berasal dari ikan patin sungai, sehingga rasa dari ikan patin di rumah makan ini tentunya memiliki rasa yang lebih gurih sebab ikan yang digunakan adalah ikan patin sungai bukan ikan patin kolam atau budidaya seperti kebanyakan rumah makan lainnya. Hal ini yang menjadi daya tarik konsumen apabila ingin memiliki asam pedas ikan patin di rumah makan ini. Tabel 2 menampilkan banyaknya bahan baku ikan yang disediakan oleh Rumah Makan Pondok Gurih.

Tabel 2. Jumlah Persediaan Bahan Baku Ikan Rumah Makan Pondok Gurih

No	Jenis Ikan	Jumlah Produksi (Kg/Bulan)
1	Ikan Patin	750
2	Ikan Baung	670
3	Ikan Gurami	650
4	Ikan Kakap	450
5	Ikan Kerapu	180

Sumber: Rumah Makan Pondok Gurih (2020)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa persediaan bahan baku ikan yang paling banyak adalah ikan patin sekitar 750 kg/bulan. Hal ini dikarenakan ikan patin merupakan jenis ikan yang paling banyak dimininati oleh konsumen, sehingga pihak rumah makan memproduksi lebih banyak. Rumah makan ini terletak di pusat kota yang berdekatan dengan lokasi perkantoran, sehingga banyak konsumen yang kerap seminggu sekali berkunjung karena mengaku sudah berlangganan dan sangat menyukai menu masakan di rumah makan ini, terutama asam pedas ikan patin. Harga yang ditawarkan untuk masakan berbahan utama ikan di rumah makan ini terbilang cukup mahal, termasuk juga harga dari asam pedas ikan patin. Tak heran jika pelanggan dari rumah makan ini rata-rata memiliki pendapatan yang cukup besar. Meskipun harganya cukup mahal, tetapi peminat menu asam pedas ikan patin di rumah makan ini tetap banyak karena kualitas produk yang ditawarkan juga menjadi pertimbangan dari para konsumen.

Kualitas asam pedas ikan patin yang disajikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Alfasiri (2019) mengenai pengaruh *experiential marketing* dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitiannya menunjukkan bahwa pemasaran, pengalaman, dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Kota Pekanbaru. Selanjutnya, terdapat hasil penelitian oleh Adelina (2013) mengenai pengaruh strategi *experiential marketing* terhadap loyalitas konsumen yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan dan positif antara strategi *experiential marketing* dan loyalitas konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih.

Willingness to pay (WTP) merupakan harga maksimum yang rela dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu manfaat baik berupa barang atau jasa, serta menjadikan tolak ukur seberapa besar calon konsumen menghargai barang atau jasa tersebut (Amelia, 2016). *Willingness to pay* merupakan nilai ekonomi yang diartikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang yang berkeinginan mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya (Kamal, 2014). Kesediaan untuk membayar (*willingness to pay*) bisa diartikan sebagai kesediaan masyarakat untuk menerima beban pembayaran, sesuai dengan besarnya jumlah yang sudah ditetapkan. Kesediaan membayar penting adanya untuk melindungi konsumen dari bahaya monopoli perusahaan yang berkaitan dengan harga serta penyediaan produk yang berkualitas (Grace, 2014).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar nilai kesediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin. Guna mengetahui nilai tersebut, maka digunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). Selanjutnya penelitian ini

digunakan untuk menganalisis faktor-faktor apa aja yang mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin tersebut dengan menggunakan analisis data yaitu regresi logistik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru pada bulan tanggal Januari 2020 – Februari 2020 dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Creswell, 2012). Kemudian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah pengamatan atau penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang baik terhadap suatu persoalan tertentu di dalam daerah atau lokasi tertentu (Daniel, 2015). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel *non probabilitas*, dimana pemilihan anggota populasi menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penulis menggunakan pertimbangan sendiri dengan cara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis berdasarkan kriteria atau ciri-ciri tertentu (Sugiyono, 2011).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terstruktur, kemudian melalui penyebaran kuisioner dan melakukan observasi langsung di lapangan. Untuk menjawab tujuan satu digunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM) (Salma, 2012). Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis *Contingent Valuation Method* (CVM) dalam menentukan nilai kesediaan membayar seseorang, diantaranya adalah:

a. Membuat Pasar Hipotetis

Pada pasar hipotesis ini kita akan membuat sebuah gambaran alasan mengapa kita harus membayar lebih terhadap suatu produk tersebut. Penelitian ini menjelaskan bahwa sangat dianjurkan konsumen untuk mengonsumsi ikan patin karena kandungan gizi yang ada di dalamnya.

b. Mendapatkan Penawaran Besarnya Nilai WTP

Guna mendapatkan nilai WTP, peneliti melakukan wawancara terhadap responden melalui kuesioner. Nilai WTP tersebut ditentukan dengan metode *bidding game* (metode tawar-menawar yaitu responden mendapatkan tawaran dari nilai terkecil sampai besar). Maka diperoleh nilai WTP maksimum yang bersedia dibayar konsumen.

c. Memperkirakan Nilai Rata-rata WTP

Memperkirakan nilai rata-rata WTP dapat dilakukan dengan menggunakan nilai rata-rata dari penjumlahan keseluruhan nilai WTP dibagi dengan jumlah responden. Dugaan rata-rata WTP dihitung dengan rumus :

$$EWTP = \frac{wi}{n} \quad (1)$$

Keterangan:

$EWTP$ = Dugaan rata-rata WTP

- w_i = Nilai WTP ke- i
- n = Jumlah responden
- i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i= 1,2,\dots, n$)

d. Menduga Kurva WTP

WTP diregresikan sebagai variabel tidak bebas (*dependent variable*) dengan beberapa variabel bebas.

$$W = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (2)$$

Keterangan:

- W = Besarnya nilai WTP
- X = Variabel bebas (faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya W)

e. Menjumlahkan Data

Guna menjumlahkan data nilai WTP dari responden dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TWTP = WTP_i \left(\frac{n_i}{N} \right) \cdot P \quad (3)$$

Keterangan:

- $TWTP$ = Total WTP
- WTP_i = WTP individu sampel ke- i
- n_i = Jumlah sampel ke- i yang bersedia membayar sebesar WTP
- N = Jumlah sampel
- P = Jumlah populasi
- i = Responden ke- i yang bersedia membayar ($i = 1,2,\dots, n$)

Guna menjawab tujuan dua dari penelitian, maka digunakan analisis regresi logistik melalui program SPSS. Fungsi dari regresi logistik adalah untuk melihat faktor-faktor apa saja yang secara signifikan berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen (Firdaus (2011)). Jika variabel dependen bersifat kategorik dan dummy, maka analisis data yang dipakai adalah regresi logistik. Berikut persamaan regresi logistik pada penelitian ini yaitu:

$$\log(Y) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + \epsilon \quad (4)$$

Keterangan:

- Y = WTP (0 = Tidak bersedia, 1 = Bersedia membayar lebih)
- b_0 = Konstanta regresi
- $b_{1,2,3,4,\dots}$ = Koefisien regresi usia, jenis kelamin, pendapatan, kualitas produk, kualitas pelayanan, pekerjaan, pendidikan.
- X_1 = Usia
- X_2 = Jenis Kelamin
- X_3 = Pendapatan
- X_4 = Kualitas Produk
- X_5 = Kualitas Pelayanan
- X_6 = Pekerjaan

X_7 = Pendidikan

e = Varians pengganggu

Guna memeriksa kebaikan suatu model maka dapat dilakukan pengujian statistik sebagai berikut:

1. Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik (Imaslikah, 2013).

2. Pengujian Parameter

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah ada terdapat paling sedikit satu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat (Imaslikah, 2013). Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji wald (W).

3. Uji Rasio Odd

Rasio odd merupakan uji statistik yang berfungsi untuk melihat bagaimana rasio atau perbandingan peluang kejadian sukses dan tidak sukses dari peubah respon (Firdaus, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru

Seiring berjalannya waktu, bisnis kuliner kian berkembang semakin pesat di berbagai tempat, tak terkecuali di Kota Pekanbaru. Salah satunya adalah Rumah Makan Pondok Gurih yang merupakan rumah makan berskala menengah yang telah berkecimpung dalam bidangnya sejak tahun 1994. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Anton Basarah yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman No. 202. Rumah makan ini menganut konsep rumah makan tradisional dan memiliki nuansa melayu yang sangat kental. Hal ini terlihat dari suasana pondok yang bersih dengan bangunan yang didominasi oleh pondasi dari bambu dan terkenal dengan menu andalan khas melayu yaitu asam pedas ikan patin. Meskipun rumah makan ini terkenal dengan nuansa melayu yang kental, tetapi makanan yang disajikan merupakan masakan nusantara mulai dari masakan khas melayu, minang maupun jawa.

Rumah Makan Pondok Gurih ini memiliki halaman dan tempat parkir yang sangat luas. Rumah makan ini juga menawarkan tempat yang memiliki suasana yang tenang, nyaman, menyejukkan, dan juga menyenangkan. Rumah Makan Pondok Gurih dilengkapi fasilitas pendukung seperti arena bermain anak, ruangan khusus AC, musik, panggung pesta, dan musholla. Rumah Makan Pondok Gurih sengaja didesain untuk konsumen yang berkunjung dari dalam maupun luar kota. Tidak jarang banyak para pejabat pemerintahan yang selalu meluangkan waktunya untuk makan di restoran ini salah satunya yaitu Bapak H. Syamsuar dan Bapak Joko Widodo yang pernah singgah ke Pondok Gurih ini.

Karakteristik Demografi

Karakteristik demografi responden (jenis kelamin) dikategorikan menjadi laki-laki dan perempuan, kelompok usia mulai dari 18 tahun hingga lebih dari 35 tahun, tingkat pendidikan terakhir yang dikategorikan mulai dari tingkat SD, SMP, SMA, dan perguruan tinggi. Selanjutnya untuk pekerjaan dikategorikan menjadi ibu rumah tangga, pelajar/mahasiswa, karyawan (swasta/negeri), dan wirausaha. Pendapatan responden dikategorikan mulai kurang dari Rp 1000.000 hingga lebih dari Rp 3.500.000.

Konsumen Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan beberapa perbedaan pada setiap karakteristik responden yang telah diukur. Responden pada penelitian ini didominasi oleh konsumen berjenis kelamin pria, kelompok usia >35 tahun, pendidikan terakhir perguruan tinggi, mempunyai penghasilan/pendapatan >Rp 3.500.000/bulan, memiliki pekerjaan sebagai karyawan negeri/swasta. Kesiapan membayar lebih responden terhadap asam pedas ikan patin dimulai dari harga Rp 85.000 sampai dengan Rp 150.000 dengan frekuensi pembelian produk asam pedas ikan patin adalah tidak menentu.

Menghitung Nilai WTP (*willingness to pay*) Konsumen terhadap Pembelian Asam Pedas Ikan Patin

Berdasarkan data survei dari 100 responden yang telah dilakukan, terdapat 64 konsumen yang bersedia membayar lebih asam pedas ikan patin dan sebanyak 36 responden tidak bersedia membayar lebih dari Rp 84.000,00 dan memilih harga yang lebih rendah atau sama dengan harga yang ditawarkan. Para responden yang bersedia membayar lebih mengaku bahwa kesiapan mereka didasari atas pengetahuan yang mereka miliki dan juga mereka percaya bahwa mengonsumsi makan berbahan baku ikan yang diolah dengan rempah-rempah alami akan lebih mendatangkan banyak manfaat dibanding mengonsumsi makanan cepat saji atau *fast food*. Sedangkan ketidaksiapan para responden disebabkan belum munculnya kesadaran mereka untuk mengonsumsi makanan yang lebih sehat. Selain itu, ketidaksiapan konsumen juga dikarenakan mereka tidak mampu membayar dan responden belum mengetahui secara baik keunggulan atau manfaat yang didapat jika mengonsumsi daging ikan terutama ikan patin itu sendiri.

Guna mengetahui dugaan nilai rata-rata *willingness to pay* (EWTP) yaitu dapat dihitung berdasarkan data distribusi dari *willingness to pay* (WTP) responden dengan menggunakan rumus EWTP. Nilai tersebut dikelompokkan dan diurutkan mulai dari nilai yang terkecil sampai urutan yang terbesar. Hasil perhitungan (EWTP) terhadap pembelian asam pedas ikan patin pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3 yang menunjukkan bahwa rata-rata besar nilai kesiapan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin berdasarkan hasil rumus Rataan *Willingness to Pay* (EWTP) yaitu sebesar Rp 87.410. Harga ini lebih tinggi dari harga yang telah ditetapkan oleh pihak rumah makan yaitu Rp 84.000. Oleh karena itu, nilai rata-rata WTP tersebut menandakan adanya surplus konsumen, karena nilai WTP konsumen lebih besar dari besarnya nilai rata-rata

WTP yaitu sebesar Rp 3.410. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dhiska (2012) yang pada penelitian tersebut didapatkan hasil nilai rata-ran WTP untuk beras analog yaitu seharga Rp 22.610 per 800 gram. Harga ini tentunya lebih besar kalau dibandingkan dengan harga yang telah ditetapkan oleh pihak Serambi Botani yaitu Rp 20.000 per 800 gram, sehingga dalam hal ini terdapat surplus konsumen yaitu Rp 2.610.

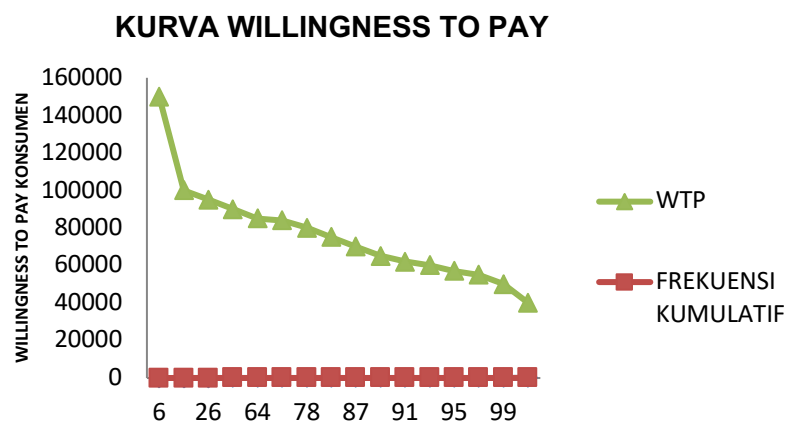
Tabel 3. Distribusi Rata-rata WTP

Kelas WTP Konsumen (Rp)	Frekuensi (Orang)	Frekuensi Kumulatif	Frekuensi Relatif (Pfi) %	EWTP (Rp)	Total WTP (Rp)
40.000	1	100	0,01	400	40.000
50.000	3	99	0,03	1.500	150.000
55.000	1	96	0,01	550	55.000
57.000	1	95	0,01	570	57.000
60.000	3	94	0,03	1.800	180.000
62.000	1	91	0,01	620	62.000
65.000	3	90	0,03	1.950	195.000
70.000	4	87	0,04	2.800	280.000
75.000	5	83	0,05	3.750	375.000
80.000	6	78	0,06	4.800	480.000
84.000	8	72	0,08	6.720	672.000
85.000	14	64	0,14	11.900	1.190.000
90.000	24	50	0,24	21.600	2.160.000
95.000	11	26	0,11	10.450	1.045.000
100.000	9	15	0,09	9.000	900.000
150.000	6	6	0,06	9.000	900.000
TOTAL	100		1	87.410	8.741.000

Sumber: Hasil Data Olahan Primer (2020)

Kurva WTP

Guna membuat kurva kesediaan membayar konsumen, dibuat berdasarkan frekuensi kumulatif dari jumlah individu yang memilih suatu nilai *willingness to pay*. Nilai tersebut dapat kita lihat pada kurva (Gambar 1).



Gambar 1. Kurva Willingness to Pay Asam Pedas Ikan Patin
 Sumber : Hasil Data Olahan Primer (2020)

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan slope negatif, artinya semakin tinggi nilai *willingness to pay* responden maka frekuensi kumulatif responden yang bersedia membayar lebih semakin berkurang, yaitu semakin tinggi harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Kurva tersebut juga memperlihatkan bahwa nilai WTP yang paling dibayar konsumen adalah Rp 40.000 dan nilai WTP paling tinggi dibayar konsumen adalah Rp 150.000. Sebanyak 64 responden yang bersedia membayar diatas harga yang telah ditetapkan yaitu Rp 84.000. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kurva *willingness to pay* pembelian ayam goreng menunjukkan slope negatif, artinya semakin besar harga yang bersedia dibayarkan responden maka semakin kecil jumlah responden yang bersedia membayar dengan harga tersebut. Nilai WTP terendah adalah Rp 5.000 dan nilai WTP tertinggi adalah sebesar Rp 60.000.

Agregat Data (Total WTP)

Guna menentukan nilai agregasi WTP, didapatkan dari perkalian rata-rata antara nilai rata-rata WTP asam pedas ikan patin dengan jumlah responden yang bersedia membayar. Nilai agregasi WTP ini nantinya akan sangat berguna bagi pihak rumah makan karena dapat digunakan sebagai informasi mengenai nilai penjualan dengan nilai maksimum yang bersedia dibayarkan oleh konsumen terhadap produk asam pedas ikan patin. Nilai Agregasi WTP dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai Agregasi WTP

Nilai Rata-rata WTP Asam Pedas Ikan Patin (Rp)	Jumlah Responden yang Bersedia	Nilai Agregasi (Rp)
87.410	64	5.594.240

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui jumlah nilai agregasi WTP asam pedas ikan patin diperoleh Rp 5.594.000. Dari hasil perhitungan tersebut memungkinkan pihak rumah makan untuk melihat potensi harga yang dapat dikembangkan nanti berdasarkan dari penetapan nilai rata-rata WTP konsumen tersebut.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar Asam Pedas Ikan Patin

Guna menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesiediaan membayar terhadap pembelian asam pedas ikan patin di Rumah Makan Pondok Gurih dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik.

Uji Signifikansi Model

Uji ini berfungsi untuk mengetahui variabel independen memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara bersama-sama (*overall*) dengan melihat nilai likelihood pada regresi logistik.

Tabel 5. Hasil Uji *likelihood ratio*

<i>Omnibus Test of Model coefficient</i>		
Chi square	Df	Sig (<i>p-value</i>)
43,888	7	0,000

Sumber: Hasil Output Regresi Logistik (2020)

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui hasil dari pengujian yang telah dilakukan secara keseluruhan (*overall test*) dengan menggunakan *likelihood ratio*, maka diperoleh nilai *chi-square* sebesar 43,888 dengan tingkat *p-value* sebesar 0,000. Oleh karena itu, tingkat signifikansi yang diperoleh $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan kesediaan membayar yang telah dibuat maka terima H_1 dan tolak H_0 . Maka dapat disimpulkan bahwa sekurang-kurangnya terdapat satu variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuriana (2013) yang pada hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai *chi-square* pada model tersebut sebesar 29,898 dengan signifikansi 0,000.

Pengujian Parameter

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Wald (W). Hasil uji parsial dengan menggunakan uji wald ini dilakukan supaya mengetahui variabel-variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat secara parsial.

Tabel 6. Hasil Uji *Wald*

Variabel	B	S.E	Wald	Df	Sig	Simpulan
Usia	1,539	0,715	4,637	1	0,031*	Signifikan
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	1	0,841	Tidak signifikan
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	1	0,145	Tidak signifikan
Karyawan (swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	1	0,021*	Signifikan
Wirasaha	-3,783	1,740	4,725	1	0,030*	Signifikan
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	1	0,192	Tidak signifikan
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	1	0,009*	Signifikan
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	1	0,001*	Signifikan
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	1	0,022*	Signifikan
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	1	0,170	Tidak signifikan
Constant	-1,512	4,221	0,128	1	0,720	-

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan Tabel 6 nampak bahwa variabel usia memiliki nilai *wald* sebesar $4,637 > 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,031 < \alpha$ (0,05). Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel usia memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Nilai *wald* dari variabel jenis kelamin sebesar $0,040 < 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,841 > \alpha$ (0,05). Hal ini menyatakan bahwa variabel jenis kelamin tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh

Daulay (2012) dan Radam *et al.* (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa wanita lebih peduli terhadap kesehatan dibandingkan dengan pria pada saat ini.

Pada Tabel 6 ini menunjukkan bahwa variabel pekerjaan karyawan dan wirausaha tersebut memiliki nilai yang signifikan dan berpengaruh terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin. Oleh karena itu, variabel pekerjaan secara keseluruhan dianggap tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian asam pedas ikan patin dikarenakan masih adanya nilai variabel dari beberapa jenis pekerjaan yang masih tidak signifikan. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Ratulangi (2016) yang menunjukkan nilai variabel pekerjaan sebesar $0,002 < 7,325$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,962 > (0,05)$. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel pekerjaan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar konsumen terhadap produk olahan durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor. Selanjutnya untuk variabel pendidikan memiliki nilai *wald* sebesar $6,838 > 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,009 < \alpha (0,05)$. Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel pendidikan memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Dipeolu (2016) dan Rofiatin (2018) yang menjelaskan bahwa variabel tingkat pendidikan secara positif dan signifikan mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap produk organik.

Nilai *wald* dari variabel pendapatan sebesar $11,523 > 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,001 < \alpha (0,05)$. Hal ini menyatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Sriwaranun *et al.* (2015) yang hasil penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kesediaan kesediaan membayar lebih konsumen dengan pendapatan rumah tangga konsumen. Selanjutnya nilai *wald* dari variabel kualitas produk sebesar $2,524 > 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,022 < \alpha (0,05)$. Hal ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aufanada (2017) yaitu menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,006$ ($p \text{ sig.} < \alpha$), hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara signifikan positif berpengaruh terhadap kesediaan membayar konsumen produk sayuran organik.

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *wald* sebesar $1,882 < 4,087$ (*chi-square*) dengan tingkat signifikansi yaitu $0,170 > \alpha (0,05)$, yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Agustina (2019) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan nilai *wald* dari variabel kualitas pelayanan sebesar $2,247 < 5,029$ dengan tingkat signifikansi yaitu $0,134 >$

(0,05). Hal ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kesediaan membayar terhadap pembelian ayam goreng di Warung Seafood 2000, Medan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dan penjabaran di atas menunjukkan bahwa variabel usia, pendidikan, pendapatan, dan kualitas produk secara signifikan berpengaruh nyata terhadap kesediaan membayar lebih pada asam pedas ikan patin Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru. Maka diperoleh persamaan regresi logistik sebagai berikut:

$$\text{Logit (y)} = -1,512 + 1,539\text{usia} - 2,033\text{pendidikan} + 3,056\text{pendapatan} + 1,375\text{kualitas produk}$$

Interpretasi rasio odd

Nilai rasio odd ini juga disediakan oleh tabel "*Variables in The Equation*" pada kolom Exp(B) berikut:

Tabel 7. Variables in The Equation

Variabel	B	S.E	Wald	Sig	Odds ratio Exp (B)
Usia	1,539	0,715	4,637	0,031*	4,659
Jenis kelamin	-0,060	0,297	0,040	0,841	0,942
Pelajar/mahasiswa	-2,571	1,766	2,120	0,145	0,076
Karyawan(swasta/negri)	-4,516	1,964	5,289	0,021*	0,011
Wirausaha	-3,783	1,740	4,725	0,030*	0,023
Pekerjaan Lainnya	-3,037	2,327	1,703	0,192	0,048
Pendidikan	-2,033	0,777	6,838	0,009*	0,131
Pendapatan	3,056	0,900	11,523	0,001*	21,253
Kualitas produk	1,375	0,600	5,254	0,022*	3,954
Kualitas pelayanan	-0,143	0,104	1,882	0,170	0,867
Constant	-1,512	4,221	0,128	0,720	

Ket : *Signifikan pada taraf 5%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2020)

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilakukan interpretasi *Odds ratio* sebagai berikut:

1. Semakin bertambahnya usia konsumen maka kecenderungan kesediaan membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin menjadi 4,659 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015) dengan nilai *odds rasion* variabel usia sebesar 0.892.
2. Kecenderungan seseorang yang berjenis kelamin laki-laki untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,942 kali lebih rendah jika dibandingkan seseorang yang berjenis kelamin perempuan. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Celona (2015) yang pada hasil penelitiannya menyebutkan bahwa nilai *odds ratio* pada variabel jenis kelamin yaitu sebesar 19.237.
3. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,076 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
4. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai karyawan swasta/negeri untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,011 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.

5. Kecenderungan seseorang yang bekerja sebagai wirausaha untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,023 kalinya jika dibandingkan dengan seseorang yang memiliki pekerjaan lain.
6. Kecenderungan seseorang yang bekerja dengan pekerjaan lainnya untuk bersedia membayar lebih terhadap asam pedas ikan patin 0,048 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan selain pekerjaan tersebut.
7. Semakin bertambahnya pendidikan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 0,131 kali lipat. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Sumarwan (2011) yang menyatakan bahwa konsumen yang memiliki pendidikan yang tinggi akan lebih tanggap terhadap suatu informasi dan hal ini akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen terhadap suatu produk.
8. Semakin bertambahnya pendapatan seseorang maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 21,253 kali lipat. Hasil ini diperkuat oleh hasil penelitian dari Christdavina (2013) dan Priambodo (2014) yang menyatakan jika semakin tinggi pendapatan atau penghasilan konsumen, maka semakin tinggi pula nilai WTPnya.
9. Semakin meningkatnya kualitas produk rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 3,954 kali lipat. Hasil tersebut mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh Aufanada (2017) dengan nilai *odds ratio* yaitu 2,345 kali lipat kecenderungan konsumen untuk bersedia membayar lebih besar dari harga yang telah ditetapkan.
10. Semakin meningkatnya kualitas pelayanan rumah makan maka kecenderungan kesediaan membayar lebih konsumen terhadap asam pedas ikan patin menjadi 0,867 kali lipat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Besarnya nilai yang bersedia dibayarkan konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin berdasarkan hasil rumus rata-rata *Willingness to Pay* (EWTP) sebesar Rp 87.410,00. Faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap pembelian asam pedas ikan patin adalah variabel usia, pendapatan, pendidikan, dan kualitas produk. Besarnya nilai WTP konsumen adalah penting bagi pemilik usaha sebagai dasar pertimbangan dan bahan informasi untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas terhadap permintaan konsumen.

Saran

Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru sudah memiliki kualitas produk yang baik. Oleh karena itu, sebaiknya terus dilakukan peningkatan terhadap kualitas produk agar kedepannya dapat meningkatkan *willingness to pay* (WTP) konsumen di rumah makan ini. Penelitian dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi WTP konsumen terhadap pembelian asam pedas

ikan patin juga dapat dikembangkan dengan menggunakan pengamatan yang lebih luas atau panjang, sehingga memiliki kekuatan data yang lebih baik untuk dibandingkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pemilik (*owner*) Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru dan juga para karyawan yang telah mengizinkan, membantu, dan mendukung dalam penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada konsumen Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru yang telah bersedia mejadi responden dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. (2019). Analisis *Willingness to Pay More* Terhadap Pembelian Ayam Goreng di Warung Seafood 2000, Medan. Medan: Skripsi USU.
- Alfasiri. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Adelina. (2013). Pengaruh Strategi *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen di Rumah Makan Pondok Gurih Pekanbaru, Pekanbaru: Skripsi UNRI.
- Aufanada, V. E. (2017). Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Konsumen Terhadap Produk Sayur Organik di Pasar Modern Jakarta Selatan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research* , 3(2).
- Celona, N. (2015). Analisis Kesediaan Membayar Konsumen Beberapa Komoditi Sayuran Organik Giant Hypermarket, Kota Bogor. Bogor: IPB.
- Christdavina. (2013). Analisis *Willingness to Pay* Terhadap Pelanggan Sayuran Organik Agatho Bina Saran Bakti. Bogor: IPB.
- Creswell, J.(2012). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daulay.(2012). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Kesediaan Membayar (*Willingness to Pay*) *Mie Instant* Sayur di Serambi Botani. Bogor: IPB.
- Dhiska, A. S. (2012). Analisis Kesediaan Membayar Beras Analog di Serambi Botani. Skripsi. Bogor: IPB.
- Dipeolu, A. O. (2016). *Factors influencing Willingness to Pay for Organic Vegetables among Civil Servants in a Developing Country*. Nigeria: International Journal of Vegetable Science. Departement of agriculture economics and farm management, federal university of agriculture, Abeokuta.
- Firdaus, M., & Farid, M. A. (2011). Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih untuk Manajemen dan Bisnis. Bogor: IPB Press.
- Hamzaoui, L., & Zahaf, M. (2012). *Canadian Organic Food Consumers Profile and Their Willingness to Pay Premium Prices*. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing* , 24(1): 1-21.
- Imaslihkah, S. M. (2013). Analisis Regresi Logistik Ordinal Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 di ITS Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni POMITS* , 2(2): 177-182.
- Kamal, M. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Pengguna Trans Jogja. Yogyakarta: Skripsi UMY.
- Khairuman, S. (2011). *Budidaya Patin Super*. Jakarta: Agromedia Pustaka.

- Nuriana, W. D. (2013). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sertifikasi Halal Produk Kosmetik Wardah pada Dua Lokasi Penjualan di Bogor*. <https://doi.org/10.1136/bmj.37938.645220.EE> .
- Priambodo, L. (2014). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Sayur Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. *Jurnal IPB* , 5(1): 5-12.
- Radam, A. Y. (2010). *Consumer's Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay toward Food Products with "No Added MSG" Labelling*. *International Journal of Marketing Studies* .
- Ratulangi. (2016). *Analisis Willingness to Pay Terhadap Produk Olahan Durian pada Gerai Sop Duren Lodaya Bogor*. Bogor: Pascasarjana IPB.
- Rofiatin, d. (2018). *Pola WTP dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayuran Organik dan Anorganik Masyarakat Kota Malang*. Malang: Universitas Tribhuwana Tungga Dewi.
- Salma, & Indah. (2012). *Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*. *Jurnal Dinamika Pembangunan* , 1(2): 153-165.
- Sarwono, J. (2011). *Mixed Method*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Sriwaranun, Y. C. (2015). *Consumer's Willingness to Pay for Organic Products in Thailand*. *International Journal of Social Economics* , 42(5): 480-510.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.