

---

## Analisis Permintaan Masyarakat Terhadap Barang Publik Pada Transportasi Umum Wira Wiri Di Kota Surabaya

**Inggrid Debby Ekza Veronica**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

**Parikesit Penangsang**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

### Alamat :

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur (60118)

Korespondensi penulis: <sup>a</sup> [inggridveronica@gmail.com](mailto:inggridveronica@gmail.com) <sup>b</sup> [parikesit\\_1@untag-sby.ac.id](mailto:parikesit_1@untag-sby.ac.id)

**Abstract.** *The urbanization phenomenon often occurs in big cities, namely in the city of Surabaya. With efficient public transportation, community productivity increases. More affordable costs, facilities that support and adapt to people's tastes will be an attraction. In 2023, the Surabaya City government will inaugurate the Wira-Wiri feeder service as part of efforts to improve connectivity and efficiency of the public transportation system. The aim of this research is to determine public demand for using Wira Wiri public transportation in the City of Surabaya. The type of research is quantitative descriptive with multiple linear regression. The research results show that tariff variables, public facilities and consumer tastes have a positive influence on demand.*

**Keywords:** *Tariffs, public facilities, consumer tastes, demand, public transportation*

**Abstrak.** Fenomena urbanisasi sering terjadi di kota besar salah satunya di Surabaya. Dengan adanya transportasi umum yang efisien, meningkatkan produktivitas masyarakat. Biaya yang lebih terjangkau, fasilitas yang mendukung dan menyesuaikan dengan selera masyarakat akan menjadi daya tarik. Tahun 2023 pemerintah Kota Surabaya meresmikan layanan feeder Wira-Wiri sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan konektivitas dan efisiensi sistem transportasi publik, Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui permintaan masyarakat dalam menggunakan transportasi umum Wira Wiri di Kota Surabaya. Jenis penelitian yaitu deskriptif kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan variabel tarif, fasilitas publik dan selera konsumen berpengaruh positif terhadap permintaan.

**Kata kunci:** Tarif, fasilitas publik, selera konsumen, permintaan, transportasi umum

## LATAR BELAKANG

Urbanisasi merupakan fenomena umum yang terjadi di berbagai kota besar, termasuk Surabaya. Sebagai ibu kota Provinsi Jawa Timur, Surabaya menjadi salah satu tujuan utama urbanisasi bagi masyarakat di wilayah tersebut. Data dari Pemerintah Kota Surabaya mencatat bahwa pada tahun 2022, jumlah penduduk di kota ini mencapai 2.887.223 jiwa. Salim, (2023) menjelaskan bahwa urbanisasi di Surabaya didorong oleh berbagai faktor, seperti peluang yang lebih besar dalam hal pekerjaan, akses pendidikan, serta kebutuhan lainnya yang menjadi daya tarik bagi masyarakat.

Arus aktivitas masyarakat secara signifikan dipengaruhi oleh masalah kepadatan dan keramaian. Ini yang menjadi tantangan bagi pemerintah, selaku pemangku kebijakan, untuk membuat program transportasi publik dengan kebijakan yang efisien dan berkelanjutan guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan adanya meningkatnya kegiatan ekonomi serta aktivitas pada masyarakat, menyebabkan kebutuhan jasa transportasi terus meningkat.

Pengembangan sarana dan prasarana transportasi dilakukan berdasarkan kebutuhan untuk mendukung aktivitas pembangunan di daerah. Dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk dan kemajuan masyarakat, penggunaan kendaraan pribadi pun semakin bertambah, yang berujung pada kemacetan lalu lintas. Ketimpangan antara penyediaan (supply) dan permintaan (demand) terhadap transportasi umum dapat berdampak pada pengembangan, kinerja, serta kualitas fasilitas angkutan. Perencanaan sistem transportasi yang baik diperlukan guna mengatasi permasalahan kemacetan. Menurut Munawar, (2006) Salah satu permasalahan dalam transportasi umum yaitu kurangnya keamanan dan rendahnya kualitas. Seharusnya angkutan umum memberikan pilihan alternatif kualitas pelayanan yang disesuaikan dengan permintaan masyarakat.

Dengan adanya transportasi umum yang efisien, diharapkan dapat meningkatkan produktivitas masyarakat. Biaya yang lebih terjangkau, fasilitas yang mendukung dan menyesuaikan dengan selera masyarakat akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna. Pada tahun 2023 pemerintah Kota Surabaya meresmikan layanan feeder Wira-Wiri sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan konektivitas dan efisiensi sistem transportasi publik di kota Surabaya. Sebagai upaya yang dilakukan pemerintah Kota

Surabaya untuk mengurangi kemacetan adalah dengan menyediakan alat transportasi umum Wira Wiri. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah mengetahui permintaan masyarakat dalam menggunakan transportasi umum Wira Wiri di Kota Surabaya.

## TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, tujuan yang ingin dicapai adalah untuk menganalisis pengaruh tarif, fasilitas barang publik dan selera konsumen terhadap permintaan pada transportasi umum (Wira Wiri)

1. Untuk menganalisis pengaruh tarif terhadap permintaan transportasi umum (wira wiri)
2. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas barang publik terhadap permintaan transportasi umum (wira wiri)
3. Untuk menganalisis pengaruh selera konsumen terhadap permintaan transportasi umum (wira wiri)

## KAJIAN TEORITIS

### Teori Permintaan

Menurut Sukirno, (2016) Teori permintaan membahas karakteristik permintaan konsumen terhadap suatu barang. Sementara itu, Arsyad (1997) mengartikan permintaan sebagai keinginan atau niat seorang pembeli dalam suatu pasar.

Menurut Arsyad, (1997) Permintaan dapat digambarkan sebagai sebuah kurva yang menggambarkan hubungan antara berbagai jumlah suatu barang yang diminta konsumen pada tingkat harga, dengan asumsi faktor lain tidak berubah (*ceteris paribus*). Interaksi antara permintaan dari pembeli dan penawaran dari penjual akan menentukan suatu harga keseimbangan atau harga pasar serta jumlah barang yang ditawarkan. Bagian ini membahas teori-teori yang relevan sebagai dasar penelitian, serta mengulas beberapa penelitian sebelumnya yang memberikan acuan dan landasan untuk pelaksanaan penelitian ini.

Menurut Sukirno, (2016) hukum permintaan merupakan sebuah hipotesis yang menunjukkan semakin rendah harga suatu barang, maka permintaan terhadap barang tersebut akan meningkat. Dan sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang, maka permintaannya akan menurun. Idris, (2018) menambahkan bahwa permintaan terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh:

1. Tingkat pendapatan
2. Jumlah Penduduk
3. Selera konsumen
4. Fluktuasi ekonomi
5. Harga
6. Faktor lain (harapan, hubungan sosial dan politik)

### **Teori Transportasi**

Transportasi merupakan sektor yang sangat penting untuk menunjang pembangunan ekonomi dalam suatu negara. Dalam kegiatan ekonomi membutuhkan transportasi sebagai medianya. Menurut Mansyur, (2022) Transportasi umum merupakan suatu moda untuk pemindahan orang atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan bermotor yang disediakan untuk digunakan oleh umum dengan sistem bayar atau sewa. Menurut Sukirno (1955) Di dalam suatu masyarakat modern pengangkutan transportasi memiliki dua fungsi yaitu:

1. Sebagai alat moda, untuk mengangkut orang dari satu tempat ke tempat lain.
2. Sebagai barang akhir yang berguna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan jasa pengangkutannya oleh sistem transportasi yang diberikan sarana angkutan kota untuk menunjang aktivitas penduduk dalam kegiatan ekonomi.

Transportasi publik merupakan angkutan umum yang melayani menggunakan mobil penumpang umum atau bus umum dari suatu tempat ke tempat lain, yang memiliki asal tujuan, lintasan, dan waktu yang tetap dan teratur serta dikenakan biaya/tarif.

### **Teori Barang dan Jasa publik**

Menurut Wahyuningsih, (2020) menjelaskan bahwa dalam konsep ekonomi, barang dan jasa atau komoditas adalah sesuatu yang memiliki nilai guna secara langsung maupun tidak langsung, bagi masyarakat. Nilai guna tersebut menggambarkan kemampuan barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Idris, (2018) barang publik adalah barang yang dinikmati dan dibutuhkan oleh masyarakat. Ciri khas barang publik adalah bahwa apabila dikonsumsi oleh satu individu tidak akan mengurangi kesempatan individu lain untuk menikmatinya. Contoh

barang publik meliputi lampu lalu lintas, pertahanan nasional, dan sebagainya.

Menurut Wahyuningsih, (2020) juga menambahkan bahwa barang dan jasa publik memiliki sifat *non-rivalry*, yaitu dapat digunakan secara bersamaan tanpa saling menghalangi, serta *non-excludable*, yang berarti dapat dimanfaatkan oleh masyarakat tanpa diskriminasi atau kewajiban membayar. Namun, tidak semua barang publik sepenuhnya bersifat *non-rival* (dapat dikonsumsi bersama) dan *non-eksklusif* (tidak memerlukan pembayaran), seperti yang dijelaskan pada tabel berikut:

Sifat Barang	Eksklusif	Non Eksklusif
Rival	Barang Privat	Barang Publik Semu
Non Rival	Barang Publik Semu	Barang Publik

Sumber: Wahyuningsih, (2020)

Berdasarkan tabel di atas, terdapat barang publik semu (*quasi-public good*), yaitu barang yang mengandung unsur publik sekaligus privat. Barang ini disebut semu karena dalam kondisi tertentu, sifat-sifat yang seharusnya dimiliki oleh barang publik tidak sepenuhnya terpenuhi. Menurut Idris, (2018) menyebutkan bahwa barang privat adalah barang yang diperoleh melalui mekanisme pasar, di mana produsen dan konsumen bertemu untuk bertransaksi berdasarkan harga. Menurut Wahyuningsih, (2020) barang dan jasa privat memiliki sifat *rivalry*, yaitu konsumsi oleh satu individu dapat mengurangi atau membatasi kesempatan konsumsi individu lainnya, serta sifat eksklusif, di mana tidak semua orang dapat mengaksesnya karena harus membayar sesuai harga yang berlaku. Menurut Wahyuningsih, (2020) Terdapat dua kemungkinan barang publik semu ini yaitu:

1. Bersifat rival, tetapi *non eksklusif* bahwa barang ini tidak dapat dikonsumsi secara bersama (rival), tetapi apabila menikmatinya tidak harus membayar (*non eksklusif*). Misalnya jalan raya.
2. Bersifat non rival, tetapi eksklusif Artinya barang ini dapat dikonsumsi bersamaan (non rival) tetapi untuk menikmatinya harus membayar. Misalnya air bersih, angkutan umum, dan lainnya.

## Teori Tarif

Menurut Irawan dkk., (1996) tarif atau harga dapat diartikan sebagai representasi dari nilai. Tarif atau harga, nilai, dan faedah memiliki keterkaitan yang erat. Faedah Merujuk pada atribut barang yang mampu memenuhi kebutuhan, nilai adalah ukuran kuantitatif yang mencerminkan kemampuan barang untuk menarik pertukaran, sementara tarif/harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah. Menurut Irawan dkk., (1996) menjelaskan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh barang dan layanan.

Menurut Kotler dan Armstrong, (1997) Tarif atau harga merupakan sejumlah besar uang yang ditetapkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Harga mencerminkan nilai-nilai yang dipertukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat, memiliki, menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam konteks pemasaran, harga menjadi alat bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan atau pemerintah untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Sisimiyati, (2017) tarif adalah besaran uang yang dibebankan kepada konsumen sebagai ketidakseimbangan atas produk atau jasa yang dinikmati. Tarif juga mencakup nilai guna tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan manfaat dari produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini, tarif mencakup biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan kombinasi antara barang dan pelayanan. Tarif merupakan jumlah uang yang mengandung utilitas atau nilai guna tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Menurut Sembiring, (2021) menyatakan bahwa tarif merupakan biaya yang dikenakan kepada penumpang angkutan umum, yang biasanya dinyatakan dalam bentuk rupiah. Penetapan tarif bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan prasarana dan sarana transportasi, dengan mempertimbangkan karakteristik lintasan yang ada. Menurut Kotler dan Armstrong, (1997) indikator tarif adalah :

1. Keterjangkauan tarif merupakan suatu kondisi yang mampu dicapai dalam penawaran oleh produsen ke konsumen dengan faktor kondisi barang, harga, dan distribusi.
2. Daya Saing tarif merupakan suatu kemampuan harga produk yang memiliki nilai ekonomi dari segi kualitas dan cara produksi yang baik dan dapat meningkatkan harga jual suatu produk.

3. Kesesuaian tarif dengan kualitas dan manfaat merupakan kondisi harga dari suatu barang dan jasa yang pemanfaatannya sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat

### **Teori Fasilitas publik**

Menurut Rosanti dkk., (2015) Fasilitas publik Merujuk pada layanan atau sarana yang disediakan untuk masyarakat, baik yang berkaitan dengan kebutuhan pemerintahan, ekonomi, keamanan, maupun kebutuhan lainnya. Melalui penyediaan fasilitas ini, pemerintah daerah memiliki peluang untuk memperluas upaya mencapai kesejahteraan masyarakat seperti yang diharapkan.

Fasilitas publik disediakan oleh pemerintah pusat maupun daerah digunakan dalam mendukung aktivitas masyarakat sehari-hari. Contoh fasilitas publik meliputi halte, jalan raya, angkutan umum, jembatan penyebrangan, jembatan layang, tempat sampah, taman kota, jalur pejalan kaki, dan lain sebagainya. Penyediaan fasilitas ini didasarkan pada kebutuhan masyarakat. Salah satu contohnya, jalan raya, memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat karena dapat menghubungkan berbagai kawasan satu dengan lainnya.

Menurut Arifin dkk., (2023) fasilitas memegang peranan strategis dalam mendukung perkembangan perusahaan atau pelayanan publik di masa depan. Pemerintah atau perusahaan perlu menyediakan fasilitas yang optimal untuk memberikan kepuasan kepada pengguna atau konsumen. Tujuan utama dari penyediaan fasilitas adalah untuk meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga mendorong mereka untuk terus menggunakan jasa yang ditawarkan. Dengan fasilitas yang memadai, konsumen diharapkan memiliki kesan positif dan mewujudkan hubungan yang berkelanjutan dengan perusahaan atau layanan publik setiap kali membutuhkan jasa yang ada. Indikator fasilitas antara lain:

1. Pertimbangan/perencanaan Spasial aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari orang yang melihatnya.

2. Perencanaan Ruang Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain lain.
3. Perlengkapan/Perabotan Perlengkapan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunaanya.
4. Tata Cahaya Beberapa yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah warna, jenis, dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, dan suasana yang diinginkan
5. Warna Warna dapat menggerakkan perasaan dan emosi. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dalam ruangan, menimbulkan kesan rileks, mengurangi kecelakaan.
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda untuk maksud tertentu.

### **Teori Selera konsumen**

Berdasarkan dengan teori yang dikemukakan oleh Gaspersz dalam jurnal Suryawan dkk., (2022) Selera Merujuk pada rasa puas yang dirasakan ketika kebutuhan terpenuhi, bahkan melebihi ekspektasi pelanggan. Konsumen yang memiliki selera tertentu cenderung memiliki preferensi yang konsisten terhadap suatu objek, yang terbentuk setelah mereka membandingkannya dengan harapan mereka. Pelanggan yang puas dengan nilai yang diperoleh dari produk atau jasa memiliki kemungkinan besar untuk tetap menjadi pelanggan setia dalam jangka waktu yang lama. Ketika harapan atau keinginan konsumen terpenuhi, selera mereka cenderung menjadi acuan standar dalam memilih produk yang sesuai, sehingga mendorong loyalitas mereka terhadap produk atau jasa tersebut. Menurut Wijaya, (2018) Indikator selera konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kesan Konsumen merupakan persepsi yang memiliki rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang bernilai bagi konsumen.

2. Nilai guna produk merupakan suatu kegiatan produksi yang memiliki nilai guna dalam bentuk, jasa, tempat, waktu dan milik untuk dikelola menjadi suatu produk yang bernilai.
3. Bentuk setiap produk merupakan suatu rancangan tempat atau kemasan produk yang akan menjadi daya tarik konsumen dalam menentukan produk/jasa yang ingin dibeli dan digunakan.

Sedangkan menurut Wijaya, (2018) faktor-faktor yang mempengaruhi selera konsumen adalah:

1. Faktor Kebudayaan memiliki pengaruh paling luas terhadap perilaku konsumen. Produsen/pemerintah harus memahami kultur, sub kultur, dan sosial pembeli, sedangkan manusia biasanya mempelajari perilaku dari lingkungan, nilai, persepsi, prefensi dan perilaku seseorang.
2. Faktor sosial perilaku konsumen dari faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial. Pemasar harus sangat memahami faktor kelompok dalam menyusun strategi pemasaran. Ada dua kelompok ini dibedakan menjadi kelompok primer dan rujukan. Kelompok primer terjadinya interaksi secara intensif sedangkan kelompok rujukan titik perbandingan atau tatap muka.
3. Faktor Pribadi Keputusan seorang pembeli dipengaruhi oleh karakter pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
4. Faktor Psikologi Seseorang mempunyai banyak kebutuhan yang bersifat bioenik ataupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan tertentu seperti lapar, haus, dan sebagainya. Sedangkan faktor utama psikologi adalah motivasi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap.

### **Teori Pelayanan Publik**

Menurut Rahmadana dkk., (2016) dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mendefinisikan pelayanan publik sebagai “serangkaian kegiatan dilakukan untuk memenuhi suatu kebutuhan masyarakat, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelayanan ini mencakup barang, jasa, dan/atau layanan

administiryang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik”.

Menurut Rahmadana dkk., (2016) tujuan utama pelayanan publik adalah memberikan kepuasan dan menyediakan layanan yang sesuai dengan harapan atau standar pelayanan masyarakat secara umum. Untuk mencapai tujuan tersebut, kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat harus menjadi target utama pemerintah.

### **Penelitian Terdahulu**

Pertama, menurut Arihta dan Syahwier, (2023) bertujuan untuk menganalisis pengaruh tarif angkutan, jumlah pendapatan masyarakat, preferensi masyarakat transportasi online terhadap permintaan jasa transportasi konvensional di Belawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, keempat variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan jasa transportasi konvensional di wilayah tersebut.

Kedua, Modompit dkk., (2020) Analisis Permintaan Transportasi Gojek Online di Kota Manado. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh permintaan transportasi online terhadap tarif angkutan dan pendapatan konsumen di kota tersebut. Dengan menggunakan metode analisis regresi berganda dan teknik pengambilan sampel secara acak sederhana (purposive random sampling), penelitian ini menemukan bahwa tarif dan pendapatan masyarakat mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap permintaan jasa transportasi GOJEK.

Ketiga, menurut Sianipar dan Herman, (2020) bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas dan pelayanan fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi umum Trans Batam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mengukur dan menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Trans Batam. Selain itu, secara simultan kedua variabel tersebut juga memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang menggunakan

pendekatan statistik. Metode penelitian yang melibatkan penggunaan angka dalam proses pengumpulan, penafsiran, dan pengolahan data untuk menghasilkan hasil pengolahan data. Populasi penelitian mencakup masyarakat yang pernah menggunakan layanan transportasi Wira Wiri, dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria tersebut.

Jenis data penelitian ini adalah menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah diukur secara langsung berupa informasi yang dinyatakan dalam bentuk bilangan atau angka. Data kuantitatif merupakan olahan data statistik dari hasil kuisisioner atau angket dari penelitian analisis permintaan terhadap barang publik pada transportasi umum wira wiri di Kota Surabaya.

Populasi penelitian yaitu tidak terhingga, sedangkan sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang merupakan warga Kota Surabaya yang pernah menggunakan transportasi Wira Wiri. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*, yaitu Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kuesioner, dan observasi. Data yang diperoleh kemudian diolah melalui

## HASIL LUARAN YANG DICAPAI

### Uji Validitas Tarif (X1)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Tarif
X1.1	Pearson Correlation	1	.286**	.331**	.757**
	Sig. (2-tailed)		.004	.001	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.286**	1	.407**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.331**	.407**	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100
Tarif	Pearson Correlation	.757**	.745**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan terdapat 3 item pernyataan yang menjadi bahan penelitian dari variabel tarif (X1). Dapat diketahui bahwa keseluruhan item pernyataan setiap variabel tarif (X1) memiliki r hitung > r tabel. Sehingga kesimpulannya

adalah seluruh item pernyataan pada variabel tarif (X1) dapat dinyatakan valid dan signifikan.

### Uji Validitas Fasilitas Publik (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Fasilitas Publik
X2.1	Pearson Correlation	1	.593**	.348**	.432**	.390**	.633**	.576**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.593**	1	.443**	.427**	.535**	.580**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.348**	.443**	1	.632**	.568**	.533**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.432**	.427**	.632**	1	.628**	.510**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.390**	.535**	.568**	.628**	1	.539**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.633**	.580**	.533**	.510**	.539**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Fasilitas Publik	Pearson Correlation	.576**	.611**	.687**	.848**	.863**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan terdapat 6 item pernyataan yang menjadi bahan penelitian dari variabel fasilitas publik (X2). dapat diketahui bahwa keseluruhan item pernyataan yang menyusun setiap variabel fasilitas publik (X2) memiliki r hitung > r tabel. Sehingga kesimpulannya adalah seluruh item pernyataan pada variabel fasilitas publik (X2) dapat dinyatakan valid dan signifikan.

### Uji Validitas Variabel Selera Konsumen (X3)

		Correlations			Selera Konsumen
		X3.1	X3.2	X3.3	
X3.1	Pearson Correlation	1	.531**	.484**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.531**	1	.367**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.484**	.367**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Selera Konsumen	Pearson Correlation	.814**	.786**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan terdapat 3 item pernyataan yang menjadi bahan penelitian dari variabel selera konsumen (X3). dapat diketahui bahwa keseluruhan item pernyataan yang menyusun setiap variabel selera konsumen (X3) memiliki r hitung > r tabel. Sehingga kesimpulannya adalah seluruh item pernyataan pada variabel selera konsumen (X3) dapat dinyatakan valid dan signifikan.

### Uji Reliabilitas Variabel tarif (X1)

#### Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,598	3

Berdasarkan tabel diatas dapat dianalisis bahwa variabel Tarif (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,598 > 0,599. Maka kesimpulannya yaitu variabel tarif dinyatakan cukup reliabel.

### Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas Publik (X2)

#### Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,866	6

Berdasarkan tabel diatas dapat dianalisis bahwa variabel modal usaha (X2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yaitu  $0,866 > 0,8$ . Maka kesimpulannya yaitu variabel fasilitas publik dinyatakan sangat reliabel.

### Uji Realibilitas Variabel Selera Konsumen (X3)

#### Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,708	3

Berdasarkan tabel diatas dapat dianalisis bahwa variabel selera konsumen (X3) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yaitu  $0,708 > 0,60$ . Maka kesimpulannya yaitu variabel selera konsumen dinyatakan reliabel.

### Uji Reliabilitas Variabel Permintaan (Y)

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Permintaan
Y1	Pearson Correlation	1	.541**	.474**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.541**	1	.578**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.474**	.578**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Permintaan	Pearson Correlation	.831**	.836**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan terdapat 3 item pertanyaan yang menjadi bahan penelitian dari variabel permintaan (Y). dapat diketahui bahwa keseluruhan item pertanyaan yang menyusun setiap variabel permintaan (Y) memiliki r hitung  $> r$  tabel. Sehingga kesimpulannya adalah seluruh item pertanyaan pada variabel permintaan (Y) dapat dinyatakan valid dan signifikan.

## Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,117	0,782		0,150	0,881
	Tarif	0,190	0,097	0,157	1,985	0,042
	Fasilitas Publik	0,047	0,094	0,042	0,499	0,619
	Selera Konsumen	0,742	0,103	0,679	7,204	0,000

a. Dependent Variable: Permintaan

Berdasarkan tabel uji T maka diketahui bahwa :

1. Nilai Signifikan dari variabel tarif (X1) yaitu 0,042 ( $< 0,05$ ) dan nilai t hitung sebesar  $1.985 > 1.984$  maka kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh signifikan antara variabel tarif dengan permintaan.
2. Nilai Signifikan dari variabel fasilitas publik (X2) yaitu 0,619 ( $> 0,05$ ) dan nilai t hitung sebesar  $0,499 < 1.984$  maka kesimpulannya yaitu tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel fasilitas publik dengan permintaan.
3. Nilai Signifikan dari variabel selera konsumen (X3) yaitu 0,000 ( $< 0,05$ ) dan nilai t hitung sebesar  $7.204 > 1.984$  maka kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh signifikan antara variabel selera konsumen dengan permintaan.

## Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	137.279	3	45.760	68.607	.000 <sup>b</sup>
	Residual	64.031	96	.667		
	Total	201.310	99			

a. Dependent Variable: Permintaan

b. Predictors: (Constant), Selera Konsumen, Tarif, Fasilitas Publik

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Signifikasinya nya adalah 0,000 ( $< 0,05$ ) Selain itu juga nilai F hitung  $68.607 > 2.70$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H4 diterima. Artinya Selera Konsumen, Tarif, dan Fasilitas Publik secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan.

## Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826 <sup>a</sup>	.682	.672	.817

a. Predictors: (Constant), Selera Konsumen, Tarif, Fasilitas Publik

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,682 atau sebesar 68% yang menggambarkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel Selera Konsumen, Tarif, dan Fasilitas Publik terhadap variabel permintaan.

## Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,117	0,782		0,150	0,881
	Tarif	0,190	0,097	0,157	1,985	0,042
	Fasilitas Publik	0,047	0,094	0,042	0,499	0,619
	Selera Konsumen	0,742	0,103	0,679	7,204	0,000

a. Dependent Variable: Permintaan

Pada penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b1.x1 + b2.x2 + b3.x3$$

$$Y = 0,117 + 0,190X + 0,047X + 0,742X$$

Maka berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Nilai a sebesar 0,117 menggambarkan variabel permintaan tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel tarif (X1), fasilitas publik (X2) dan selera konsumen (X3). Jika variabel independen tidak ada maka variabel permintaan tidak mengalami perubahan

Koefisien regresi dari variabel tarif (X1) yang sebesar 0,190 menunjukkan bahwa tarif mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan pada variabel tarif akan meningkatkan permintaan sebesar 0,190, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini

Koefisien regresi dari variabel fasilitas publik (X2) yang sebesar 0,047 menunjukkan bahwa fasilitas publik berpengaruh negatif terhadap permintaan. Artinya setiap kenaikan 1 satuan pada variabel fasilitas publik akan mengurangi permintaan sebesar 0,047, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti.

Koefisien regresi dari variabel selera konsumen (X3) yang sebesar 0,742 menunjukkan bahwa selera konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan pada variabel selera konsumen akan meningkatkan permintaan sebesar 0,742, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel tarif (X1), fasilitas publik (X2), dan selera konsumen (X3) dinyatakan valid dan signifikan. Hasil uji F menunjukkan nilai  $F_{hitung} > 2.70$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H4 diterima. Artinya Selera Konsumen, Tarif, dan Fasilitas Publik secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan.

Hasil uji T menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel tarif (X1) adalah 0,42 ( $< 0,05$ ), dan nilai  $t_{hitung} > 1,984$ , yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel tarif dan permintaan. Untuk variabel fasilitas umum (X2), nilai signifikansinya adalah 0,619 ( $> 0,05$ ) dan nilai  $t_{hitung} < 1,984$ , yang berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel fasilitas umum dan permintaan. Sementara itu, untuk variabel selera konsumen (X3), nilai signifikansinya adalah 0,000 ( $< 0,05$ ) dan nilai  $t_{hitung} > 1,984$ , yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel selera konsumen terhadap permintaan.

Berdasarkan tabel yang ada, nilai R Square sebesar 0,682 atau 68% menggambarkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel selera konsumen, tarif, dan fasilitas umum.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel fasilitas public tidak berpengaruh terhadap permintaan, sehingga perlunya memberikan fasilitas publik yang lebih dibutuhkan Masyarakat. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai permintaan angkutan umum wira wiri dapat menambahkan variabel lainnya

## DAFTAR REFERENSI

- Arsyad, L. (1997). *Ekonomi Mikro Edisi 2* (kedua). BPFE-YOGYAKARTA.
- IDRIS, A. (2018). *Ekonomi Publik*. In *Ekonomi Publik*. DEEPUBLISH. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=cmRoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=info:pviaKkcertKMJ:scholar.google.com/&ots=6tjif8IqS5X&sig=fQkOimPjrF3CmYQx8bSSJIU5Y4E&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=cmRoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=info:pviaKkcertKMJ:scholar.google.com/&ots=6tjif8IqS5X&sig=fQkOimPjrF3CmYQx8bSSJIU5Y4E&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Irawan, Wijaya, F., & Sudjoni. (1996). *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. BPFE-YOGYAKARTA.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Dasar dasar Pemasaran Principles of Marketing 7e* (A. Widyantoro (ed.); Indonesia). Prenhallindo.
- Mansyur, U. (2022). *Manajemen Transportasi Publik Berkelanjutan* (Issue September). CV. Diva Pustaka.
- Munawar, A. (2006). Perencanaan Angkutan Umum Perkotaan Berkelanjutan. *Unisia*, 29(59), 53–59. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol29.iss59.art2>
- Rahmadana, M. F., Siagian, A. T. M. N., Nugraha, M. A. P. J. R. M. Y. T. V. S. N. A., Yendrianof, S. O. M. M. S. D., Sari, A. P., Sari, M. N. S. M. H. N., & Bahri, S. (2016). *Pelayanan Publik*. In *Jakarta: Nimas Ultima*. [https://www.academia.edu/download/37946841/20\\_artikel7.pdf](https://www.academia.edu/download/37946841/20_artikel7.pdf)
- Rosanti, D., Idris, A., & Kalalinggi, R. (2015). Penyediaan Fasilitas Publik Di Kota Tanjung Selor Sebagai Ibukota Provinsi Kalimantan Utara Dewi Rosanti 1 , Adam Idris 2 , Rita Kalalinggi 3. *Administrative Reform*, 3(2), 255–266.
- Salim, H. (2023). Fenomena Urbanisasi Kota Surabaya (Studi Pertambahan Penduduk Berusia Muda). *Prosiding Seminar Nasional*, 938–946.
- Sembiring, A. R. (2021). ANALISIS TARIF ANGKUTAN UMUM BERDASARKAN BIAYA OPERASIONAL KENDARAAN (BOK) DAN WILLINGNESS TO PAY (WTP). *Repository.Uma.Ac.Id*, 70. [https://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/15538/2/168110053\\_Anju\\_Rinaldi\\_Sembiring\\_Fulltext.pdf](https://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/15538/2/168110053_Anju_Rinaldi_Sembiring_Fulltext.pdf)
- Sismiyati, A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien*, 5–6.
- Sukirno, S. (2016). *Mikroekonomi teori Pengantar* (Ketiga).
- Suryawan, I. B. M. O., Agung, A. A. P., & Atmaja, N. P. C. D. (2022). Pengaruh Selera Konsumen, Persepsi Harga dan Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki. *Jurnal EMAS*, 3(1), 46–54.
- Wahyuningsih, T. (2020). *Ekonomi Publik* (Monalisa (ed.); kedua). Rajawali Pers.
- Wijaya, M. S. (2018). PENGARUH SELERA KONSUMEN, PERMINTAAN BARANG, DISTRIBUSI, DAN RISIKO PERJALANAN TERHADAP HARGA CABAI DIPASAR INDUK JAKABARING PALEMBANG. *Ekonomi*, 6(1), 1–7.



**Jurnal Nirta : Studi Inovasi**

**Vol. 4 No. 1 Agustus 2024**

E-ISSN : 2807-6648, Hal 00-00

<https://ejournal.nlc-education.or.id/index.php/JNSI>

<http://dx.doi.org/10.1016/j.gde.2016.09.008><http://dx.doi.org/10.1007/s00412-015-0543>

<http://dx.doi.org/10.1038/nature08473><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmb.2009.01.007><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmb.2012.10.008><http://dx.doi.org/10.1038/s4159>

: Andi Yogyakarta.