

KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR PRODUK AKRILIK PADA KONSUMEN LETTERPRESS

Ricky Bagus Thrisnady

International Business Management, Universitas Ciputra Surabaya
E-mail: rickybagusral@gmail.com

Abstract: For more than 2 years running, Letterpress often gets problem in sale in which it often occurs to cancel payment on Letterpress consumers. The purpose of this research is to analyse there is or no different willingness to pay Letterpress consumers based on age, gender, education, and income factors. The population of this research is people who had ever contacted Letterpress either have ever bought or have never bought Letterpress products, with the total amount of 65 people. This research uses primary data type such as online surveys that are distributed to social media. The researcher will use Likert scale in willingness measurement to pay, and nominal scale in socioeconomic status (SES) measurement that is, age, gender, education and income. Sampling technique that is used is non-probability sampling with saturated sample method. The researcher uses different tests to test hypotheses in the research that consists of one way ANOVA and independent sample t-test with the help of IBM SPSS Statistics 26. The result in this research indicates that there is a different willingness to pay significantly that occurs on Letterpress consumers based on the age, education, and income. While in gender type of factor, there is no significant difference that occur.

Keywords: Age, Gender, Education, Income, Willingness to Pay, Creative Industry, Socioeconomic Status (SES)

Abstrak: Selama lebih dari 2 tahun berjalan, Letterpress sering mengalami kendala dalam penjualan dimana sering terjadi *cancel* pembayaran pada konsumen Letterpress. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti ada atau tidaknya, perbedaan kesediaan untuk membayar pada konsumen Letterpress berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pendapatan. Populasi dari penelitian ini merupakan orang yang sudah pernah kontak Letterpress baik yang sudah membeli maupun yang belum membeli produk Letterpress, dengan total jumlahnya adalah 65 orang. Penelitian ini menggunakan jenis data primer berupa survei *online* yang dibagikan melalui sosial media. Peneliti akan menggunakan skala *likert* pada pengukuran kesediaan untuk membayar, dan skala nominal pada pengukuran *socio economic status* (SES) yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan. Teknik sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode sampel jenuh. Peneliti menggunakan uji beda untuk menguji hipotesis dalam penelitian, yang terdiri dari *one way ANOVA* dan uji *independent sample t-test* dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan kesediaan untuk membayar secara signifikan yang terjadi pada konsumen Letterpress berdasarkan usia, pendidikan, dan pendapatan. Sedangkan pada faktor jenis kelamin, tidak ada perbedaan signifikan yang terjadi.

Kata Kunci: Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan, Pendapatan, Kesediaan untuk Membayar, Industri Kreatif, Socio Economic Status (SES)

PENDAHULUAN

Letterpress adalah bisnis yang bergerak di bidang industri kreatif, dengan memproduksi produk dari bahan dasar akrilik. Definisi dari akrilik adalah suatu bahan yang terbuat dari resin sintetis, serat tekstil, serat akrilik dan terbuat dari polimer asam akrilik atau akrilat (Kamus Oxford, 2020). Akrilik adalah sejenis plastik, kain, fiber, atau cat yang dibuat dari bahan asam akrilik (Vocabulary.com, 2021)

Letterpress sudah beroperasi lebih dari dua tahun, dengan penjualan yang lumayan banyak di setiap tahunnya. Tetapi, tidak sedikit juga kendala yang dihadapi oleh Letterpress. Dimana kendala terbesar yang

kerap kali dihadapi yaitu, terjadinya *cancel* pembayaran. Dari permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa, kesediaan untuk membayar pada pelanggan masih kurang.

Kesediaan untuk membayar adalah kesediaan seseorang untuk membayar harga dari suatu produk, ataupun jasa dari pelayanan yang ia terima (Sandhyavitri et al., 2016). Kesediaan untuk membayar juga dapat diartikan sebagai kesediaan seseorang dalam mengeluarkan imbalan (uang) atas jasa ataupun barang yang diperolehnya (Suryani, 2016).

Menurut (Rahayu et al., 2017) Kesediaan untuk membayar dipengaruhi secara signifikan oleh 5 faktor, yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Menurut (Suryani, 2016) Kesediaan untuk membayar dipengaruhi secara signifikan oleh 4 faktor, yaitu usia, pendapatan, pendidikan, dan tempat belanja bulanan.

Dari penjelasan diatas, penulis memutuskan melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan kesediaan untuk membayar berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan.

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

Usia

Usia merupakan lamanya waktu dari seorang individu atau benda telah ada atau tercipta (Novyanny & Turangan, 2017). Ada 4 kategori usia (Rahayu et al., 2017), yaitu: Dewasa awal: 19-24 tahun, dewasa lanjut: 25-35 tahun, separuh baya: 36-50 tahun, tua: 51-65 tahun.

Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah perbedaan secara biologis dan fisiologis, yang dapat dijadikan pembeda antara perempuan dan laki-laki sejak mereka dilahirkan di dunia (Mimelientesa & Fadrul, 2018). Ada 2 kategori jenis kelamin (Garwahusada & Wirjatmadi, 2020), yaitu: Laki-laki, dan perempuan.

Pendidikan

Pendidikan adalah kesadaran seseorang dalam mengembangkan kepribadian dan kemampuannya dalam menuntut ilmu pengetahuan yang berlangsung seumur hidup (Fitri & Sembiring, 2018). Ada 4 kategori tingkat pendidikan (Wang et al., 2017), yaitu: SD, SMP, SMA, Perguruan tinggi atau diatasnya.

Pendapatan

Pendapatan juga dapat diartikan sebagai jumlah seluruh uang yang diperoleh seseorang dalam jangka waktu setahun (Herlindawati, 2017). Ada 3 kategori pendapatan (Rahayu et al., 2017), yaitu: Rp<1.500.000, Rp1.500.000 – Rp3.000.000, Rp>3.000.000.

Kesediaan untuk Membayar

Kesediaan untuk membayar adalah kesediaan seseorang untuk membayar harga dari suatu produk, ataupun jasa dari pelayanan yang ia terima (Sandhyavitri et al., 2016). Ada 3 indikator kesediaan untuk membayar(Khoiriyah & Toro, 2018), yaitu: Kesediaan untuk membayar lebih mahal, kesediaan untuk mengeluarkan lebih banyak uang, kesediaan untuk membayar sedikit lebih mahal.

Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama dilakukan oleh (Wang et al., 2017), bertujuan untuk menguji persepsi publik dan inisiatif kesediaan untuk membayar kota spons di China. Hasil penelitian ini menegaskan kembali bahwa tingkatan pendidikan positif pengaruh kesediaan responden untuk menunjang inisiatif kota spons. Pendapatan bulanan juga berkorelasi positif dengan kesediaan untuk membayar investasi dalam pembangunan kota spons. Hasil ini menampilkkan jika responden dengan pendapatan lebih besar bersedia membayar lebih investasi dalam pembangunan kota spons.

Penelitian kedua dilakukan oleh (Nandi et al., 2017), bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan pelanggan untuk membayar buah dan sayuran organik. Faktor-faktor semacam pendapatan keluarga, dimensi keluarga, jenis kelamin, usia serta variabel opini yang lain semacam sisa bahan kimia dalam santapan konvensional, keyakinan pada pengecer, rasa, serta permasalahan lingkungan mempengaruhi signifikan terhadap kesediaan untuk membayar pada konsumen.

Penelitian ketiga dilakukan oleh (Urpelainen & Yoon, 2015), bertujuan untuk melakukan survei tentang kesadaran dan kesediaan untuk membayar dari Uttar Pradesh terhadap sistem rumah tenaga surya untuk pedesaan di India. Hasil yang ditemukan adalah jaringan listrik, pendapatan tinggi, pengeluaran minyak tanah, dan tingkat pendidikan yang tinggi meningkatkan kesediaan untuk membayar.

Penelitian keempat dilakukan oleh (Wang et al., 2016), bertujuan untuk meneliti kesadaran publik dan kesediaan membayar untuk mengatasi polusi kabut asap yang terjadi di Cina. Hasil yang didapat yaitu faktor usia, pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan berpengaruh terhadap kesediaan untuk membayar warga, namun pendidikan dan pendapatan merupakan yang paling signifikan.

Penelitian kelima dilakukan oleh (Lalika et al., 2017), bertujuan untuk meneliti kesediaan membayar konservasi daerah aliran sungai. Hasil penelitian ini adalah kesediaan membayar untuk konservasi PWS (*Payment for Watershed Services*) meningkat seiring dengan peningkatan tingkat pendidikan.

Penelitian keenam dilakukan oleh (Rahayu et al., 2017), bertujuan untuk menganalisis kesediaan untuk membayar beras cerdas CV An-Nahlah di kabupaten Jember. Hasil penelitiannya adalah usia, jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.

Penelitian ketujuh dilakukan oleh (Jhon et al., 2018), bertujuan untuk menganalisis kesediaan untuk membayar kereta *commuter line* terhadap peningkatan kualitas pelayanan di stasiun Cikarang. Hasil dari penelitian ini adalah kesediaan untuk membayar dipengaruhi oleh faktor pendapatan.

Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

1. Usia memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kesediaan untuk membayar dari seseorang (Suryani, 2016). Setiap orang akan memiliki kebutuhan yang berbeda-beda tergantung dari usianya (Rahayu et al., 2017).
H1: Ada perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan usia
2. Jenis kelamin memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kesediaan untuk membayar (Nandi et al., 2017). Jenis kelamin perempuan lebih bersedia untuk membayar dibandingkan laki-laki, karena perempuan cenderung memiliki rasa coba-coba dan perempuan lebih konsumtif daripada laki-laki (Rahayu et al., 2017).
H2: Tidak ada perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan jenis kelamin
3. Pendidikan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kesediaan untuk membayar dari seseorang (Wang et al., 2017). Dimana semakin tinggi tingkat pendidikan dari seseorang, semakin tinggi juga kesediaan seorang individu untuk membayar. Konsumen dengan tingkat pendidikan yang tinggi, akan lebih memilih segala sesuatu yang baru dan memiliki nilai lebih atau inovasi baru (Afriani & Mardliyah, 2008).
H3: Ada perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan pendidikan
4. Pendapatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kesediaan untuk membayar (Nandi et al., 2017). Dimana seseorang yang memiliki tingkat pendapatan tinggi, sudah pasti akan sangat bersedia untuk membayar produk atau jasa apapun. Pendapatan tinggi seseorang sangat mempengaruhi kesediaan seseorang dalam membayar, karena pendapatan yang tinggi mempermudah kesediaan seseorang dalam membayar bahkan harga premium sekalipun (Nandi et al., 2017).
H4: Ada perbedaan kesediaan untuk membayar produk akrilik pada konsumen Letterpress berdasarkan pendapatan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini berupa metode kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif ini menggunakan pengukuran variabel dan pengujian hubungan antar variabel untuk menjelaskan pola, korelasi, maupun hubungan sebab akibat.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang sudah pernah kontak letterpress, baik yang sudah membeli maupun yang belum membeli produk Letterpress.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode sampel jenuh.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yang akan digunakan merupakan jawaban maupun tanggapan responden yang telah mengisi survei *online*. Dimana survei tersebut disebar ke semua orang yang sudah pernah kontak letterpress, baik yang sudah membeli maupun yang belum membeli produk Letterpress. Peneliti akan menggunakan skala *likert* pada pengukuran kesediaan untuk membayar, dan skala nominal pada pengukuran *socio economic status* (SES).

Variabel dan Definisi Operasional

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Sumber
Kesediaan untuk Membayar	Kesediaan seseorang untuk membayar harga dari suatu produk, ataupun jasa dari pelayanan yang ia terima.	1. Kesediaan untuk membayar lebih mahal 2. Kesediaan untuk mengeluarkan lebih banyak uang 3. Kesediaan untuk membayar sedikit lebih mahal	(Gunawan & Suprapti, 2015;

Metode Analisis Data

Uji validitas adalah derajat yang menunjukkan suatu tes mengukur apa yang akan diukur. uji signifikan koefisien korelasi dikatakan valid apabila nilai signifikansi $<0,05$

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengatur apakah pertanyaan yang tertera pada kuesioner sudah dapat mewakili indikator dari variabel yang digunakan atau tidak.

dikatakan reliabel bila variabel yang memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$

Uji normalitas adalah uji yang menguji variabel pengganggu di suatu model regresi, untuk melihat normal atau tidaknya distribusi yang dimiliki. Uji ini menggunakan metode *kolmogorov-smirnov*, dan dikatakan normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.

Uji beda yang terdiri dari *one way anova* dan uji *independent sample t-test*. *One way anova (Analysis of Variants)* adalah analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis perbandingan rata-rata sampel k, bila data yang diolah berbentuk rasio atau interval. Uji *independent sample t-test* adalah uji beda yang digunakan untuk jenis penelitian yang menghasilkan data berskala interval, biasanya digunakan untuk menguji perbedaan dan memiliki persyaratan tertentu.

Alat analisis yang akan digunakan oleh peneliti untuk melakukan analisis data pada penelitian ini adalah IBM SPSS Statistics 26.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Perhitungan statistik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program IBM SPSS statistik 26. Dalam analisis data, metode yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis *independent sample t-test* dan analisis *oneway ANOVA*.

Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Menurut Tabel 2 hasil uji validitas setiap item pernyataan pada variabel kesediaan untuk membayar, menunjukkan nilai signifikansi $<0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan sudah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Dari Tabel 3 diketahui bahwa nilai *cronbach alpha if item deleted* X1.3 lebih besar daripada 0,762, maka item X1.3 dihapus dan dilakukan uji reliabilitas kembali.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Setelah X1.3 dihapus

Dari Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh nilai *cronbach alpha* 0,804 dan memenuhi nilai *standard cronbach alpha*. Maka dapat disimpulkan bahwa, indikator dari variabel penelitian ini reliabel dan dapat dianalisis lebih lanjut.

Uji Independent Sample T-Test

Tabel 5 Hasil Uji Independent Sample T-Test (Usia)

Pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai *mean* kesediaan untuk membayar pada usia ≥ 25 tahun lebih tinggi yaitu 4,58 dibandingkan usia ≤ 24 tahun yang memiliki nilai *mean* 4,2. Hasil uji t-test kesediaan untuk membayar berdasarkan usia memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti terdapat perbedaan signifikan kesediaan untuk membayar produk Letterpress berdasarkan usia.

Tabel 6 Hasil Uji Independent Sample T-Test (Jenis Kelamin)

Pada Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai *mean* kesediaan untuk membayar pada jenis kelamin laki-laki lebih tinggi yaitu 4,50 dibandingkan jenis kelamin perempuan yang memiliki nilai *mean* 4,38. Hasil uji t-test kesediaan untuk membayar berdasarkan jenis kelamin memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ yang berarti tidak terdapat perbedaan signifikan kesediaan untuk membayar produk Letterpress berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 7 Hasil Uji Independent Sample T-Test (Pendidikan)

Pada Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai *mean* kesediaan untuk membayar pada pendidikan S1 & S2 lebih tinggi yaitu 4,61 dibandingkan pendidikan SMA/SMK/Madrasah Aliyah & Diploma yang memiliki nilai *mean* 4,10. Hasil uji t-test kesediaan untuk membayar berdasarkan pendidikan memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti terdapat perbedaan signifikan kesediaan untuk membayar produk Letterpress berdasarkan pendidikan.

Uji One Way ANOVA

Tabel 8 Hasil Uji One Way ANOVA (Pendapatan)

Pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai *mean* kesediaan untuk membayar semakin meningkat seiring meningkatnya pendapatan. Dimana nilai *mean* terendah ada pada pendapatan $< Rp1.500.000$ dan nilai *mean* tertinggi ada pada pendapatan $> Rp5.000.000$. Hasil nilai $p < \alpha$ menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan kesediaan untuk membayar ditinjau dari tingkat pendapatan.

Pembahasan

Perbedaan Kesediaan untuk Membayar Berdasarkan Usia

Berdasarkan pengujian analisis data dengan *independent sample t test* disimpulkan bahwa, ada perbedaan kesediaan untuk membayar pada konsumen Letterpress berdasarkan usia. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suryani, 2016) dan (Rahayu et al., 2017) yang menyatakan bahwa adanya perbedaan kesediaan untuk membayar berdasarkan usia. Dimana usia muda memiliki kesediaan untuk membayar lebih rendah dari pada usia tua. Dikarenakan usia muda adalah usia yang penuh pertimbangan dalam membayar suatu barang. Tetapi, usia tua lebih berani untuk membayar mahal pada suatu barang yang bermanfaat baginya.

Perbedaan Kesediaan untuk Membayar Berdasarkan Jenis Kelamin

Menurut pengujian analisis data dengan *independent sample t test* disimpulkan bahwa, tidak ada perbedaan kesediaan untuk membayar pada konsumen Letterpress berdasarkan jenis kelamin. Hasil penelitian

ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nandi et al., 2017) dan (Rahayu et al., 2017) yang menyatakan bahwa adanya perbedaan kesediaan untuk membayar berdasarkan jenis kelamin. Tidak ada perbedaan kesediaan untuk membayar berdasarkan jenis kelamin dapat terjadi karena, kesediaan untuk membayar konsumen didasarkan pada rasa ketertarikan mereka terhadap produk Letterpress. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Damanik, 2019) yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan kesediaan untuk membayar berdasarkan jenis kelamin.

Perbedaan Kesediaan untuk Membayar Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pengujian analisis data dengan *independent sample t test* disimpulkan bahwa, ada perbedaan kesediaan untuk membayar pada konsumen Letterpress berdasarkan pendidikan. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wang et al., 2017) dan (Afriani & Mardliyah, 2008) yang menyatakan bahwa adanya kesediaan untuk membayar berdasarkan pendidikan. Dimana semakin tinggi tingkat pendidikan dari seseorang, semakin tinggi juga kesediaan seorang individu untuk membayar. Konsumen dengan tingkat pendidikan yang tinggi, akan lebih memilih segala sesuatu yang baru dan memiliki nilai lebih atau inovasi baru.

Perbedaan Kesediaan untuk Membayar Berdasarkan Pendapatan

Menurut pengujian analisis data dengan *one way ANOVA* disimpulkan bahwa, ada perbedaan kesediaan untuk membayar pada konsumen Letterpress berdasarkan pendapatan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nandi et al., 2017) yang menyatakan bahwa adanya perbedaan kesediaan untuk membayar berdasarkan pendapatan. Konsumen yang memiliki pendapatan tinggi sudah pasti lebih bersedia untuk membayar lebih, tetapi tidak untuk seseorang yang memiliki pendapatan rendah.

Implikasi Penelitian

1. Menurut usia responden, terdapat perbedaan kesediaan untuk membayar pada konsumen berdasarkan usia. Dapat diketahui bahwa usia ≥ 25 tahun memiliki kesediaan untuk membayar yang lebih tinggi dari pada usia ≤ 24 tahun. Letterpress sebaiknya berfokus menjualkan produk pada konsumen yang berusia ≥ 25 tahun.
2. Menurut jenis kelamin responden, tidak terdapat perbedaan kesediaan untuk membayar konsumen berdasarkan jenis kelamin. Letterpress dapat berfokus pada peningkatan kualitas dari produk akrilik yang diproduksinya. Dimana produk akrilik yang memiliki kualitas premium akan meningkatkan kesediaan untuk membayar pada seseorang, baik itu laki-laki ataupun perempuan.
3. Menurut pendidikan responden, terdapat perbedaan kesediaan untuk membayar pada konsumen berdasarkan pendidikan. Diketahui bahwa konsumen yang berpendidikan S1 & S2 memiliki kesediaan untuk membayar lebih tinggi, dibandingkan konsumen dengan pendidikan di bawahnya. Sehingga Letterpress dapat berfokus pada penjualan di daerah kampus-kampus yang ada di Surabaya.
4. Menurut pendapatan responden, terdapat perbedaan kediaan untuk membayar pada konsumen berdasarkan pendapatan. Dimana konsumen yang pendapatannya $Rp > 5.000.000$ lebih memiliki kesediaan untuk membayar, dibanding dengan konsumen yang memiliki pendapatan rendah. Letterpress sebaiknya melakukan inovasi berupa *custom* produk, sehingga produk yang akan dihasilkan bisa sesuai dengan *budget* yang dimiliki oleh konsumen. Kemudian Letterpress akan dapat menjangkau konsumen yang memiliki pendapatan rendah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Terdapat perbedaan kesediaan untuk membayar berdasarkan usia.
2. Terdapat perbedaan kesediaan untuk membayar berdasarkan jenis kelamin.
3. Terdapat perbedaan kesediaan untuk membayar berdasarkan pendapatan.
4. Terdapat perbedaan kesediaan untuk membayar berdasarkan pendidikan.

Saran dan Keterbatasan

Saran untuk perusahaan

Letterpress harus lebih bijak dalam melakukan promosi dan penetapan harga, sehingga target pelanggan yang ingin dicapai sudah sesuai dengan STP yang ditetapkan.

Saran untuk penelitian selanjutnya

Sebaiknya peneliti selanjutnya dapat meneliti kesediaan untuk membayar produk akrilik atau lainnya, pada ruang lingkup yang lebih luas lagi.

Keterbatasan penelitian

Kuesioner disebarluaskan oleh peneliti kepada 80 responden, tetapi hanya 65 responden yang mengisi kuesioner.

REFERENSI

Afriani, I., & Mardliyah, A. (2008). *Faktor-Faktor Kesediaan Untuk Membayar Beras Kemasan Pada Pasar Swalayan Factors Of Willingness To Pay Packaging Rice In The Swalayan Market*. 19(2), 143–151.

Damanik, D. (2019). Willingness To Pay (WTP) Pengunjung Museum Simalungun di Kota Pematangsiantar. *IKRA-ITH Ekonomika*, 2(3), 9–16.

Fitri, H., & Sembiring, A. K. (2018). Perkembangan Kognitif Anak Usia 5-6 Tahun di Tinjau dari Tingkat Pendidikan Ibu Di Paud Kasih Ibu Kecamatan Rumbai. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(2), 49–57.

Garwahusada, E., & Wirjatmadi, B. (2020). Hubungan Jenis Kelamin, Perilaku Merokok, Aktivitas Fisik dengan Hipertensi Pada Pegawai Kantor. *Media Gizi Indonesia*, 15(1), 60–65. <https://ejournal.unair.ac.id/MGI/article/view/12314/9068>

Herlindawati, D. (2017). Pengaruh Kontrol Diri, Jenis Kelamin, Dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(2), 158. <https://doi.org/10.26740/jekp.v3n2.p158-169>

Jhon, F., Sitorus, P., Fassa, F., & Nurhidayah, F. (2018). Analisis Kesediaan Membayar Kereta Commuter Line Cikarang. *Prosiding Semnastek 2018*, 1–11.

Khoiriyah, S., & Toro, M. J. S. (2018). Attitude toward green product, willingness to pay and intention to purchase. *International Journal of Business and Society*, 19, 620–628.

Lalika, M. C. S., Meire, P., Ngaga, Y. M., & Sanga, G. J. (2017). Willingness to pay for watershed conservation: are we applying the right paradigm? *Ecohydrology and Hydrobiology*, 17(1), 33–45. <https://doi.org/10.1016/j.ecohyd.2016.12.004>

Mimelientesa, I., & Fadrul. (2018). ANALISIS PENGARUH JENIS KELAMIN, IPK, DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP TINGKAT FINANCIAL LITERACY. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 2(1), 41–56.

Nandi, R., Bokelmann, W., Gowdru, N. V., & Dias, G. (2017). Factors Influencing Consumers' Willingness to Pay for Organic Fruits and Vegetables: Empirical Evidence from a Consumer Survey in India. *Journal of Food Products Marketing*, 23(4), 430–451. <https://doi.org/10.1080/10454446.2015.1048018>

Novyanny, M. C., & Turangan, J. A. (2017). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Jasa Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia. *Journal of Management Studies*, 4(1), 66–78.

Rahayu, A. D., Hapsari, T. D., & Adam, J. (2017). Analisis Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Beras Cerdas Cv an – Nahlah Di Kabupaten Jember. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 10(1), 17. <https://doi.org/10.19184/jsep.v10i1.5211>

Sandhyavitri, A., Putri, N. R., Fauzi, M., & Sitikno, S. (2016). ANALISIS KESEDIAAN MASYARAKAT UNTUK MEMBAYAR (Willingness to Pay) BIAYA PENGADAAN AIR BERSIH (PDAM) DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Teknik Sipil Dan Perencanaan*, 18(2), 75–86. <https://doi.org/10.15294/jtsp.v18i2.7475>

Suryani, A. S. (2016). Persepsi Masyarakat dan Analisis Willingness to Pay terhadap Kebijakan Kantong Plastik Berbayar Studi di Jakarta dan Bandung. *Kajian*, 21(4), 359–376.

Urpelainen, J., & Yoon, S. (2015). Solar home systems for rural India: Survey evidence on awareness and willingness to pay from Uttar Pradesh. *Energy for Sustainable Development*, 24, 70–78. <https://doi.org/10.1016/j.esd.2014.10.005>

Vocabulary.com. (2021). *Definitions of Acrylic*. <https://www.vocabulary.com/dictionary/acrylic>

Wang, Y., Sun, M., & Song, B. (2017). Public perceptions of and willingness to pay for sponge city initiatives in China. *Resources, Conservation and Recycling*, 122, 11–20. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.02.002>

Wang, Y., Sun, M., Yang, X., & Yuan, X. (2016). Public awareness and willingness to pay for tackling smog pollution in China: A case study. *Journal of Cleaner Production*, 112, 1627–1634. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.135>

LAMPIRAN

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai Signifikansi	Kesimpulan
Kesediaan untuk Membayar	X1.1	0,000	Valid
	X1.2	0,000	Valid
	X1.3	0,000	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Keterangan
Kesediaan untuk Membayar	X1.1	0,762	0,695	Reliabel
	X1.2		0,476	
	X1.3		0,804	

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Setelah X1.3 dihapus

Variabel	Indikator	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kesediaan untuk Membayar	X1.1	0,804	Reliabel
	X1.2		

Tabel 5. Hasil Uji Independent Sample T-Test (Usia)

Faktor	Kategori	N	Mean	Signifikansi	Keterangan
Usia	≤ 24 tahun	32	4,27	0,022	Ada Perbedaan
	≥ 25 tahun	33	4,58		

Tabel 6. Hasil Uji Independent Sample T-Test (Jenis Kelamin)

Faktor	Kategori	N	Mean	Signifikansi	Keterangan
Jenis Kelamin	Laki-laki	23	4,50	0,489	Tidak Ada Perbedaan
	Perempuan	42	4,38		

Tabel 7. Hasil Uji Independent Sample T-Test (Pendidikan)

Faktor	Kategori	N	Mean	Signifikan	Keterangan
Pendidikan	SMA/SMK/Madrasah Aliyah & Diploma	24	4,10	0,000	Ada Perbedaan
	S1 & S2	41	4,61		

Tabel 8. Hasil Uji One Way ANOVA (Pendapatan)

Faktor	Kategori	Mean	ANOVA		Keterangan
			P	A	
Pendapatan	Rp<1.500.000	3.89	0,049	0,05	Terdapat Perbedaan
	Rp1.500.000 - Rp3.000.000	4.33			
	Rp3.000.001 - Rp5.000.000	4.55			
	Rp>5.000.000	4.70			