

ABSTRACT

Factors analysis that influence society demand of Tupperware product in Bengkalis district (Case study Bengkalis subdistrict)

By : Dian Kurniasari

Under guidance : Drs. H. Zulkarnaini, SU and Drs. Azwar Harahap, M, Si

Bengkalis Subdistrict is the place that had been chosen to hold the research. The object consist of bengkalis society, where Tupperware consumer are used as respondent. This research is aimed to know which factors that influence the consumer demand on Tupperware product in Bengkalis Subdistrict.

Data that used in this research are primary data and secondary data. Both data will proceed using analysis method, where the calculation will do by using quantitative analysis, and observation will do using descriptive analysis. The sample that being use in this research are consist of 89 respondents from Tupperware consumer instead of 821 people of Tupperware member all over Bengkalis District.

According to quantitative analisis there are two test should be counted, t test and Fttest. From the calculation using t test, it is delivered that $t_{hitung} > t_{table}$ where t_{hitung} 5,966 and t_{table} 1,987. The result for Fttest calculation is $F_{hitung} > F_{table}$ where F_{hitung} 17,980 and F_{table} 3,120. Based on t test H_a that is received significant. It is delivered that the demand of Tupperware product in Bengkalis Subdistrict are depend on income and cost. According to Fttest, income has a bigger influence for consumer demand compare to the cost. It can be seen from the cost regretion value that is smaller than t table ($cost\ regretion = -2,832 < t_{table} = 1,987$). The result of R^2 calculation it self is 0,295. It shows that demand variation of Tupperware product 29,5% and the rest are influenced by others factors. According to observation using descriptive analysis, it is delivered that Tupperware product demand is influenced by product quality and Tupperware lifetime guarantee.

Keywords : Price, Demand, Income, and Quality

PENDAHULUAN

Proses pembangunan ekonomi yang dilakukan disegala bidang pada hakekatnya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan secara menyeluruh. Proses perubahan struktur ekonomi, perluasan kesempatan kerja dan penurunan tingkat kemiskinan merupakan sasaran untuk pembangunan yang ingin dicapai guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karenanya pembangunan sektor dengan sektor lainnya saling berkaitan. Dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat, salah satu sektor yang cukup besar pengaruhnya adalah pembangunan dibidang sektor industri, terutama dominasi industri manufaktur. Industri manufaktur adalah suatu industri atau usaha yang memproses bahan mentah menjadi bahan jadi yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen dan masyarakat.

Persaingan yang dihadapi industri manufaktur dalam hal merebut pasar pada era globalisasi semakin tajam. Selain itu harapan pelanggan akan produk yang dihasilkan juga semakin meningkat baik dari segi kuantitas dan kualitasnya. Jenis produk yang dihasilkan oleh industri manufaktur yaitu salah satunya adalah kebutuhan manusia dalam bidang ekonomi yakni pemenuhan kebutuhan akan peralatan rumah tangga. Salah satu kebutuhan tersebut adalah penggunaan *tupperware* sebagai peralatan rumah tangga. *Tupperware* adalah nama merek terkenal dari peralatan rumah tangga yang terbuat dari plastik, termasuk di dalamnya wadah penyimpanan, wadah penyajian, dan beberapa peralatan dapur yang diperkenalkan untuk kalangan umum sejak tahun 1946.

Keputusan konsumen membayar harga premium tentu saja tidak terlepas dari kemampuan para pemasar dalam membentuk identitas produk yang kuat, antara lain merek dari produk tersebut untuk dapat bertahan di tengah maraknya persaingan dan membanjirnya penawaran produk sejenis dengan merek yang berbeda di pasar baik dari dalam maupun dari luar negeri. Merek merupakan suatu tanda atau simbol yang menunjukkan identitas suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya sehingga membedakannya dengan barang atau jasa dari pesaingnya.

Produk ini dirancang, dibuat dan disebarluaskan keseluruh dunia melalui perusahaan induknya *tupperware brands corporation* dan dipasarkan dengan metode penjualan langsung yang sering dikenal dengan julukan *independent sales force* atau *sales force* yang saat ini tidak kurang ada 1,9 juta orang tersebar diseluruh dunia (*Berita terkini.net-2011*).

Plastik merupakan produk olahan teknologi dengan beberapa kelemahan yang telah diubah menjadi wadah penyimpanan dari plastik yang fungsional, dan aman untuk digunakan. *Tupperware* sebagai perusahaan multinasional yang menjual dan memasarkan wadah-wadah terbuat dari plastik yang berkualitas premium.

Kota Bengkulu adalah pusat pemerintahan daerah Kabupaten Bengkulu sekaligus kota perdagangan, industri, dan pusat perkembangan daerah, yang mengalami perkembangan pesat dalam bidang ekonomi, sosial, dan budaya. Salah satunya yaitu Kecamatan Bengkulu yang merupakan salah satu kabupaten dari

Provinsi Riau yang memiliki perkembangan daerah yang cukup pesat, hal ini berdampak pada kebutuhan akan alat-alat perlengkapan rumah tangga dan salah satunya adalah *Tupperware*.

Untuk melihat perkembangan jumlah anggota dari setiap agen *Tupperware* yang ada di kecamatan Bengkalis dari tahun 2007-2011 data yang digunakan untuk penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1. Jumlah anggota/ member *Tupperware* yang ada pada agen Arfats kecamatan Bengkalis Tahun 2007-2011

| Tahun | Nama-nama agen tupperware di Kecamatan Bengkalis | | |
|--------|--|-----|-----------------|
| | Arfats | Ifa | Hongkong silver |
| 2007 | 50 | 48 | 43 |
| 2008 | 54 | 51 | 45 |
| 2009 | 60 | 54 | 49 |
| 2010 | 62 | 59 | 53 |
| 2011 | 67 | 64 | 62 |
| Jumlah | 293 | 276 | 252 |

Sumber : Stockist Tupperware Kecamatan Bengkalis, Tahun 2012

Dari data diatas, dapat dilihat bahwasanya dari tiga agen *tupperware* yang ada di kecamatan Bengkalis yang memiliki anggota yang terbanyak adalah agen arfats *tupperware* yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya yaitu sebanyak 293 orang, namun demikian, agen ifa *tupperware* dan hongkong silver juga mengalami peningkatan walau pun tidak sebesar peningkatan yang terjadi pada agen arfats.

Selanjutnya untuk melihat peningkatan permintaan jenis produk *Tupperware* khususnya di Kecamatan Bengkalis dapat dilihat pada tabel I.2 bahwa jumlah barang yang banyak diminta dari ketiga agen *Tupperware* yang ada di Kecamatan Bengkalis yaitu dapat dilihat secara jelas bahwa permintaan *Tupperware* meningkat dari tahun ke tahun, jenis yang paling banyak terjual yaitu kiddie tumbler sebanyak 622 unit selama 5 tahun. Hal ini mencerminkan pesatnya perkembangan *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis.

Tabel 1.2. Jenis Produk *Tupperware* yang Terjual per unit di Rinci Menurut Jenisnya di Kecamatan Bengkalis Tahun 2007-2011

| No | Nama jenis tupperware | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--------|-------------------------|------|------|------|------|------|
| 1 | Medium square round (4) | 98 | 114 | 124 | 100 | 120 |
| 2 | Carry all set | 120 | 100 | 105 | 119 | 136 |
| 3 | Giant tumbler | 100 | 115 | 101 | 120 | 140 |
| 4 | Family day out | 70 | 55 | 80 | 60 | 90 |
| 5 | Fame n famous | 95 | 130 | 114 | 100 | 130 |
| 6 | Crystalwave lunch set | 35 | 60 | 70 | 90 | 60 |
| 7 | Carnatia collection | 94 | 100 | 120 | 119 | 125 |
| 8 | Kiddie tumbler | 110 | 129 | 128 | 105 | 150 |
| 9 | Queen collection | 87 | 73 | 90 | 80 | 110 |
| 10 | 2L slim line | 43 | 90 | 80 | 120 | 103 |
| 11 | Single deco | 60 | 70 | 79 | 78 | 90 |
| 12 | Cozy nest | 70 | 80 | 98 | 100 | 121 |
| Jumlah | | 982 | 1132 | 1189 | 1191 | 1375 |

Sumber : Stockist *Tupperware* Kecamatan Bengkalis, Tahun 2012

Tupperware juga tetap menjaga kualitas yang selama ini telah dipercayai oleh konsumen. Ada beberapa faktor yang melatar belakangi konsumen memilih produk *tupperware*, *Tupperware* mempunyai banyak keunggulan seperti adanya garansi seumur hidup, melakukan inovasi terus-menerus, desainnya yang menarik, ramah lingkungan, serta aman untuk makanan dan minuman membuat *Tupperware* semakin diminati dan berdampak semakin diingatnya merek *Tupperware* oleh konsumennya.

Pada Kamis 22 Juli 2010 *Tupperware* berhasil memperoleh penghargaan ”Indonesia Most Favorite Woman Brand 2010”. Ini menandakan bahwa merek *Tupperware* sangat diminati wanita-wanita di Indonesia meskipun *Tupperware* memiliki harga yang cukup tinggi dibandingkan produk penyimpanan dan penyajian lainnya.

Adanya tingkat permintaan peralatan rumah tangga yang cukup tinggi, membuat industri peralatan rumah tangga sangat menjanjikan. Industri peralatan rumah tangga, terutama dengan bahan dasar plastik yaitu *Tupperware* merupakan salah satu bisnis yang cukup berkembang. Permintaan akan peralatan rumah tangga ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti: kualitas, harga, pendapatan, dan jenis produk itu sendiri, namun dalam perkembangan akan permintaan produk *tupperware* tersebut mengalami fluktuasi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut diatas.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka saya tertarik untuk membahas masalah ini lebih lanjut dalam bentuk karya tulis, Dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Masyarakat Terhadap Produk *Tupperware* di Kabupaten Bengkalis (Studi Kasus Kecamatan Bengkalis).**”

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana pendapatan dan harga mempengaruhi permintaan produk *Tupperware* di kecamatan Bengkalis

Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan harga terhadap permintaan produk *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap permintaan produk *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis.

b. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan baru bagi agen produk *Tupperware* dalam usaha untuk meningkatkan jumlah permintaan produk *Tupperware* di kecamatan Bengkalis.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi refrensi bagi konsumen dalam memilih produk *Tupperware*.
3. Untuk menambah wawasan, baik penulis sendiri maupun peneliti selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang menjadi anggota *tupperware* pada tiga agen *tupperware* yaitu anggota Arfats *tupperware* sebanyak 293 orang , ifa *tupperware* sebanyak 276 orang, dan hongkong silver sebanyak 252 orang, sehingga seluruh populasi berjumlah 821 orang.

Mengingat banyaknya jumlah anggota *tupperware* yang ada, maka penulis mengambil teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Cluster Sampling* atau sampling daerah atau kecamatan yang merupakan salah satu metode penarikan sampel probabilitas dimana sampel-sampel di kelompokkan menurut petak-petak daerah dan setiap petak daerah memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel.

Besarnya ukuran sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2003 :78) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Dimana : N = Ukuran populasi
n = Ukuran sampel
e = Persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih di tolerir/standart error.

Dengan persen kelonggaran ketidaktelitian (e) yang ditetapkan sebesar 10% maka dapat ukuran sampel dalam penelitian ini yaitu :

$$n = \frac{821}{1+821(0,1)^2} = \frac{821}{1+821(0,1)^2}$$

$$n = \frac{821}{1+8,21} = \frac{821}{9,21}$$

$$n = 89,14 \text{ (Jadi 89)}$$

Jadi, besarnya ukuran sampel yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 89 orang responden.

Dari sampel yang diperoleh, maka dilakukan pengalokasian sampel secara proporsional dengan menggunakan formula :

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Dimana :

- n_i = Besarnya sampel di kluster ke-i
- N_i = Besarnya populasi di kluster ke-i
- N = Besarnya populasi secara keseluruhan
- n = Besarnya sampel

Untuk lebih jelasnya besarnya sampel setiap masing-masing kelompok responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1 Pembagian Jumlah Sampel di Setiap Agen *Tupperware*

| No | Nama Agen | N_i | N | N | n_i (sampel) |
|--------|--------------------------|-------|-----|----|----------------|
| 1 | Arfats <i>Tupperware</i> | 293 | 821 | 89 | 32 |
| 2 | Ifa <i>Tupperware</i> | 276 | 821 | 89 | 30 |
| 3 | Hongkong silver | 252 | 821 | 89 | 27 |
| Jumlah | | 821 | | | 89 |

Sumber : Data olahan, Tahun 2012

Dari tabel 3.1 dapat dilihat bahwa pengalokasian sampel secara proporsional dalam penelitian ini diperoleh sampel untuk Agen Arfats *Tupperware* yaitu sebanyak 32 orang, sementara untuk Agen Ifa *Tupperware* sebanyak 30 orang, dan untuk Agen Hongkong Silver sebanyak 27 orang dengan jumlah sampel secara keseluruhan sebanyak 89 orang.

Jenis dan Sumber Data

Adapun data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui keterangan-keterangan responden di lapangan.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber tidak langsung dengan penelitian ini berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi agen *tupperware* maupun instansi yang terkait lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam hal ini penulis menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu :

1. Pemeriksaan lapangan
 - a. Mengumpulkan data-data sekunder yang dibutuhkan melalui instansi yang berhubungan dengan objek penelitian.
 - b. Pengumpulan data melalui angket atau kuesioner. Data ini diperoleh dengan membuat daftar pertanyaan yang nantinya diisi oleh responden sehubungan dengan masalah yang terkait dengan penelitian.
 - c. Melakukan wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab kepada responden, dan kepada pihak-pihak yang dianggap penting untuk penelitian ini.
2. Penelitian kepustakaan yaitu penelitian sebagai usaha untuk memperoleh keterangan dan data dengan membaca dan mempelajari bahan-bahan teoritis dari buku-buku literatur, catatan perkuliahan serta sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, agar diperoleh suatu pemahaman yang mendalam serta menunjang proses pembahasan mengenai masalah-masalah yang diidentifikasi.

A. Metode Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, kuantitatif dan untuk mengetahui pengaruh jumlah pendapatan, tingkat harga produk *Tupperware* dan kualitas terhadap permintaan produk *Tupperware* digunakan regresi linear berganda. Analisis linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh lebih antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat dan dapat dinyatakan dengan fungsi persamaan linear sebagai berikut:

$$Y=F(X_1,X_2)$$

Variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Pendapatan (X_1)
2. Harga produk *Tupperware* (X_2)

Dari model diatas kemudian dibentuk ke dalam persamaan ekonometrika dengan persamaan regresi linear berganda (Siagian, 2002:178), secara sistematis model persamaan dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Permintaan produk *Tupperware*

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Pendapatan (Rp)

X_2 = Harga produk *Tupperware*

e = Kesalahan pengganggu dalam persamaan linear/ disturbance error

Pengujian hipotesa secara statistik dilakukan dengan menggunakan pendekatan uji signifikan yang merupakan suatu prosedur untuk melihat suatu hasil perhitungan guna memeriksa besar tidaknya hipotesa nol dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pendapatan, dan harga terhadap permintaan produk *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis. Sedangkan untuk melihat kualitas permintaan produk *Tupperware* akan dianalisis secara deskriptif.

Selanjutnya untuk menguji hasil penelitian digunakan uji statistik yaitu:

1. Uji t (t – test)

Uji t parsial dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap permintaan produk *Tupperware* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a) $H_0 : \beta_1 = 0$; lawan $H_1 : \beta_1 \neq 0$

b) $\alpha = 0,05$

c) daerah kritis : $t < t(\alpha/2)$; $n - k$ dan $t > t(\alpha/2)$; $n - k$

d) Uji statistik dengan rumus :

$$t(b_1) = \frac{b_1}{S(b_1)}$$

e) Keputusan :

H_0 diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}(\alpha/2 ; df)$

$t \text{ hitung} > - t \text{ tabel}(\alpha/2 ; df)$

H_0 ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}(\alpha/2 ; df)$

$t \text{ hitung} < - t \text{ tabel}(\alpha/2 ; df)$

2. Uji – F (F-test)

Dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara menyeluruh berpengaruh terhadap variabel tidak bebas, dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$
 H_1 = Minimal ada satu parameter koefisien regresi parsial yang tidak sama dengan nol.
- b) $\alpha = 0,05$
- c) Daerah kritis : $F > F_{\alpha : k - 1 : n - k}$, dan
 $F < F_{\alpha : k - 1 : n - k}$
- d) Uji statistik :

$$F_{hit} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$
- Dimana : R^2 = Koefisien determinasi
 k = Jumlah variabel keseluruhan
 n = Jumlah responden
- e) Kriteria penerimaan dan penolakan
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}(k - 1, n - k)$ maka H_0 diterima
 Artinya perubahan-perubahan variabel bebas (Pendapatan, dan harga) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Permintaan produk *Tupperware*)
 - Jika $F_{hitung} > F_{tabel}(k - 1, n - k)$ maka H_0 ditolak
 Artinya perubahan-perubahan variabel bebas (pendapatan, dan harga) berpengaruh terhadap variabel terikat (Permintaan produk *Tupperware*)

3. Koefisien determinasi berganda (R^2)

Untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan variabel bebas secara bersama-sama (menyeluruh) terhadap variabel tidak bebas dilakukan dengan cara menghitung angka koefisien determinasi (R^2) dari fungsi permintaan. Semakin besar nilai R^2 (Mendekati 1) maka semakin tepat suatu garis regresi linear yang dipergunakan sebagai pendekatan terhadap hasil suatu penelitian. Persamaan regresi selalu disertai nilai R^2 sebagai ukuran kecocokan (*Goodness of fit*).

Pembahasan

Dalam teori permintaan, permintaan barang dan jasa terutama dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, akan tetapi tidak berarti faktor-faktor lainnya diabaikan pengaruhnya. Selaras dengan pendapat sugiarto dkk (2005:38), bahwa permintaan terhadap suatu barang terutama dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri dengan asumsi faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan (*Ceteris Paribus*). Meskipun demikian tidak berarti kita mengabaikan faktor-faktor lainnya terhadap permintaan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi permintaan masyarakat terhadap produk *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis adalah pendapatan sedangkan harga mempengaruhi tapi sangat kecil sekali. Artinya peningkatan pendapatan mempunyai pengaruh terhadap peningkatan permintaan produk *Tupperware*.

Berdasarkan penelitian diatas, dapat diketahui untuk pengujian variabel X1 (Pendapatan) diperoleh bahwa t hitung 5,966 lebih besar dari nilai t tabel 1,987, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel Pendapatan berpengaruh secara nyata terhadap permintaan produk *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis.

Untuk variabel X2 (Harga Produk *Tupperware*) diperoleh nilai t hitung - 2,832 lebih kecil dari nilai t tabel 1,987, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian Harga Produk *Tupperware* tidak berpengaruh secara nyata terhadap permintaan produk *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis. Pengaruh faktor Harga Produk *Tupperware* sebenarnya sangat kecil. Karena tanpa adanya pendapatan maka permintaan akan suatu barang juga tidak akan ada.

F hitung sebesar 17,980 dan F tabel sebesar 3,102 pada tingkat keyakinan 5%. Maka dengan demikian dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $17,980 > 3,102$ sehingga terlihat pengaruh secara bersama-sama antara variabel pendapatan masyarakat, harga dan variabel permintaan produk *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis. Oleh sebab itu hipotesa yang dikemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan Masyarakat terhadap produk *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis adalah pendapatan masyarakat dan harga. Walaupun variabel harga pada penelitian ini tidak memiliki pengaruh secara nyata terhadap permintaan produk *Tupperware*.

Adapun besarnya pengaruh pendapatan masyarakat, Harga Produk *Tupperware* terhadap permintaan produk *Tupperware* di kecamatan Bengkalis dapat dilihat dari hasil penelitian yang berdasarkan hasil perhitungan regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,295 . hal ini menunjukkan bahwa variasi perubahan (Pendapatan, harga produk *Tupperware*) menentukan variasi perubahan (permintaan produk *Tupperware*) sebesar 29,5% Sedangkan sisanya 70,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi diperoleh nilai R sebesar 0,543 (mendekati 1), yang menunjukkan bahwa kedua variabel bebas (pendapatan, Harga produk *Tupperware*) tersebut secara bersama-sama mampu memberikan hubungan kuat terhadap variabel terikat (permintaan produk *Tupperware*) sebesar 54,3%. Dalam hal ini terdapat hubungan positif yang sangat kuat antara pendapatan masyarakat, Harga terhadap permintaan produk *Tupperware* itu sendiri.

Untuk Variabel Kualitas (X3) berdasarkan data primer ditemukan jawaban dan alasan-alasan yang mempengaruhi responden memilih produk *Tupperware* , yaitu karena memiliki kualitas produk yang memuaskan, desain yang menarik, merek yang terkenal, memiliki daya tahan yang lama. Jaminan perlengkapan rumah tangga berkualitas tinggi dan sesuai etika dalam penggunaannya. Selain itu produk *Tupperware* dilindungi oleh *Tupperware Lifetime Guarantee* memberikan jaminan garansi seumur hidup apabila barang yang kita gunakan rusak dalam arti kerusakan dalam pemakaian normal, contohnya seperti : Retak, mengelupas, atau sumbing

karena penggunaan normal. Dan ada kekecualian dari kerusakan yang tidak mendapat jaminan penggantian yaitu contohnya seperti :

1. Melengkung (produk terkena panas yang kuat untuk jangka waktu lama sehingga memuai atau melengkung).
2. Pecah karena pukulan atau sengaja (produk terkena pukulan benda keras).
3. Meleleh (produk yang digunakan terkena api atau benda yang sangat panas seperti wajan penggorengan).
4. Noda (makanan tentu meninggalkan bekas atau noda).
5. Tergores (produk dapat tergores dalam penggunaan normal)
6. Tersayat (produk tersayat pisau atau benda tajam)
7. Bekas gigitan (produk rusak karena gigitan)

Produk Tupperware selalu melahirkan produk-produk baru yang inovatif dan berkualitas, selalu jeli memanfaatkan teknologi dan tanggap terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dimasyarakat. Semua produk *tupperware* memiliki desain unik dan inovatif dengan warna-warna yang khas, trendi dan menarik. Produk *Tupperware* menggunakan bahan kualitas terbaik yang aman bagi kesehatan, ramah lingkungan dan dijamin dengan garansi seumur hidup. inilah keistimewaan dan komitmen *Tupperware*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai analisis permintaan produk *Tupperware* di kecamatan Bengkalis, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor yang menyebabkan peningkatan permintaan masyarakat terhadap produk *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis adalah Pendapatan, Harga Produk *Tupperware*, dan Kualitas.
2. Berdasarkan uji t diketahui dua variabel dari variabel bebas yaitu pendapatan masyarakat dan Harga tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap permintaan produk *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis karena dari perhitungan uji t nilai t hitung untuk variabel pendapatan dan harga produk *Tupperware* lebih kecil dari t tabel, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian kedua variabel tersebut tidak memiliki pengaruh nyata terhadap permintaan produk *Tupperware*.
3. Hasil yang diperoleh untuk F tabel adalah sebesar adalah 3,102. F hitung sebesar 17,980 dan F tabel sebesar 3,102 pada tingkat keyakinan 5%. Maka dengan demikian dapat diketahui bahwa F hitung $>$ F tabel atau $17,980 > 3,102$, sehingga terlihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Oleh karena itu hipotesa yang dikemukakan bahwa yang menyebabkan peningkatan permintaan produk *Tupperware* adalah pendapatan masyarakat dan harga dapat diterima.

4. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,295 atau 29,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi perubahan (pendapatan dan harga) menentukan variasi perubahan (permintaan produk *Tupperware* sebesar 29,5 %. Sedangkan sisanya 70,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
5. Konsumen memilih produk *Tupperware* karena produk berkualitas tinggi, Selain itu produk *Tupperware dilindungi oleh Tupperware Lifetime Guarantee* memberikan jaminan garansi seumur hidup apabila barang yang digunakan rusak dalam arti kerusakan dalam pemakaian normal.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka penulis berusaha memberikan saran sebagai berikut:

1. Dengan mengetahui besarnya masing-masing faktor yang mempengaruhi permintaan produk *Tupperware*, maka diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk menetapkan kebijakan-kebijakan ekonomi yang sesuai dan tepat sarannya, khususnya bagi pengusaha *Tupperware* agar dapat mengikuti perkembangan dan mengetahui faktor apa yang mendorong pembeli untuk membeli produk *Tupperware* tersebut.
2. Model yang digunakan dalam penelitian ini hanya menjelaskan sebesar 29,5% dari variabel perubahan, sedangkan 70,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Untuk itu penulis menyarankan agar selanjutnya dapat mengambil variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi permintaan produk *Tupperware* di Kecamatan Bengkalis, sehingga dapat menambah pengetahuan kita tentang faktor-faktor lain yang menyebabkan permintaan produk *Tupperware*.
3. Diharapkan kepada pihak perusahaan agar menjaga keunggulan merek produk *Tupperware* dan mampu berusaha lebih baik lagi untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Harapkan juga kepada perusahaan *Tupperware* menyediakan produk-produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau oleh konsumen serta dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan konsumen dan kebutuhan pasar, sehingga kepuasan setelah mengkonsumsi dapat diperoleh dan akan membuat konsumen melakukan pembelian di masa yang akan datang atau pembelian berulang pada produk yang sama.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Bapak Drs. Kennedy, MM., AK selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Riau.

2. Bapak Prof. Dr. Herlen, SE., MM selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Bapak Deny Setiawan, SE., Mec selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi.
3. Bapak Drs. H. Zulkarnaini, SU selaku pembimbing I, dan Bapak Drs. Azwar Harahap, M.Si selaku pembimbing II, yang selalu setia dan bersedia meluangkan waktunya untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Tim penguji skripsi, yang telah meluangkan waktu untuk dapat hadir serta memberikan koreksi, saran dan penilaian demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Yusbar Yusuf, M.Si selaku Dosen Penasehat Akademis, yang selalu setia dan ikhlas memberikan bimbingan, nasehat, masukan, arahan, dan dukungan selama penulis mengikuti perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi pada Fakultas Ekonomi Universitas Riau yang memberikan pengetahuan dan pelayanan selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi.
7. Seluruh Staf Kantor BPS Provinsi Riau, Staf Kantor BPS Kabupaten Bengkalis, Pimpinan dan Staf Karyawan di Agen *Tupperware* serta Masyarakat di Kecamatan Bengkalis atas kerjasamanya dan bersedia membantu penulis dalam memberikan data yang diperlukan untuk penyelesaian skripsi ini.
8. Terutama sekali penulis mempersembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua penulis yang paling penulis sayangi, Ayahnda Sukirno., ST dan Ibunda Sumini, yang telah membesarkan penulis, selalu memberikan cinta dan kasih sayang terhadap penulis, serta selalu memberikan dukungan semangat moril dan materil dan selalu mengiringi setiap langkah kehidupan penulis dengan pengertian dan do'a-do'a yang tiada henti. Tidak lupa kepada saudara-saudara penulis yang sangat penulis banggakan, Mas Qu Wahyu Ariadi & Mba' Wiwik, dan adik-adiku (Hengki, Devi, Trio & Hadi) serta keponakan ku yang lucu Nindy, terimakasih atas dukungan serta semangat dan doa nya yaa...tetap semangatttt selesaiin study nyaa yaaa adk'' qu...Semoga qt smua jd Orang sukses, Amiiiiinnn....
9. Terimakasih juga buat Tantee Qu Sri Endang Kornita, SE., M.Si yang selalu memberikan semangat, dukungan, nasehat, saran serta masukan, demi kesempurnaan skripsi ini terhadap penulis.
10. Terimakasih untuk seseorang yang terkasih dan kucintai yang selalu setia Briptu Eddy Suryanto yang telah banyak memberikan bantuan, dukungan dan semangat, terutama dalam pembuatan skripsi ini, sukses honey,....!!!!"
11. Kepada teman-teman seperjuangan Ilmu Ekonomi 2008 (Siti, Ira, Fahma, Yetri, Ina, Dwi, Edy & Falini) dan semua teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih untuk dukungan, tetap semangat buat kalian yeah,,semoga kita sukses kedepannya.
12. Seluruh kru Zenita Mawar Putih khususnya : Silva, Ida, Febita, K' Sinta, & K' Tari, Terimakasih atas do'a N dukungannya, dan Terimakasih juga karena kalian semua telah menjadi saudara dan sahabat bagiku.

Penulis mengucapkan Terimakasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang berperan serta dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari dalam penyajian skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan dalam menyelesaikannya. Oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincolin, 1993 , *Ekonomi Mikro Terapan*, Edisi III, BPFE, Yogyakarta.
- _____, 1999, *Ekonomi Pembangunan*, Edisi IV, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi* : Edisi revisi. Fakultas Ekonomi UI Jakarta.
- Berita terkini.net/promo-tupperware-mei-2011 (Di akses Hari : Sabtu,10 Desember 2011, Pukul 21:34 wib).
- Boediono dan Peter Mc Cawley, 1990, *Bunga Rampai Ekonomi Mikro*, Cetakan Keenam, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Case, Karl E dan Fair, Ray C, 2002, *Prinsip-prinsip Ekonomi Mikro Edisi kelima*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Dergibson Siagian, 2002, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, PT Gramedia pustaka Utama, Jakarta.
- Wijaya, Faried, 1999, *Seri Pengantar Ekonomika Mikro*, BPFE- Yogyakarta. Yogyakarta.
- Fegenbaum, A.V 1998 *Kendali Mutu Terpadu*, diterjemahkan oleh Hudaya Kandahjaya, Erlangga Jakarta.
- Gasperz, Vicent, 2001, *Manajemen Kualitas Penerapan Konsep-Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*, Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Lipsey, Ricard G dkk, 1989, *Pengantar Mikro Ekonomi*, Jilid I, PT. Erlangga, Jakarta.
- Mannering, F dan C. Winston, 1991, *Brand Loyalty of American Automobile Firm*, PT. Erlangga, Jakarta.
- Nicholson, Walter, 2001, *Teori Ekonomi Mikro I*, Penerbit Rajawali, Jakarta.
- Rahardja Pratama dan Mandala Manurung, 2004, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikro Ekonomi dan Makro Ekonomi)*. Edisi Revisi : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Soelistijo, 1995, *Pengantar Teori Makro*, Penerbit Komunika, Jakarta.
- Sudarsono, 2002, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Rhieka Cipta, Jakarta.
- Sugiarto Dkk, 2005, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sukirno, Sadono, 2005, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*, Edisi kedua Penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____, 2006, *Pengantar Teori Mikro ekonomi*, Edisi ketiga PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Syahrir dan Tarmizi, 1999, *Ekonomi Mikro*, Edisi ketig, Medan.

- Tjiptono, Fandy, 2006, *Manajemen Jasa*, Edisi Keempat penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2003, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Usman, Husaini & Akbar, Setyady, Purnomo, 2009, *Metodologi Penelitian Sosial*, Edisi kedua PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Winardi, 1998, *Ekonomi Theoritica Micr*, penerbit Transito, Bandung.
- www.tupperware.co.id.
- <http://garuda.dikti.go.id/jurnal/detil/id/0:2216/q/pengarang:%20Ery/offset/o/limit/15%29> (Di akses Hari: Sabtu, 10 Desember 2011, Pukul 21:16 Wib).
- [http:// repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/25662/5/chapter.1.pdf](http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/25662/5/chapter.1.pdf). (Di akses Minggu, 18 Desember 2011, Pukul 21:35 Wib).
- http://www.tupperware.co.id/pages/Article/170210/0002/ciptakan-bintang_bintang-cemerlang-melalui-mobil-bintang.aspx (Diakses Hari : Minggu, 18 Desember 2011 , Pukul: 19:42 wib).
- http://www.tupperware.co.id/Pages/Articlestatic/050209/0008/keunggulan_tupperware.aspx (Di akses Hari : Minggu, 11 Desember 2011, Pukul 10:34 Wib).
- http://www.makassarterkini.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2131:meraih-puncak-impian-melalui-mlm&catid=54:cover-story (Di akses Hari: senin, 26 Desember 2011, Pukul 21:06 Wib).