

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *WILLINGNESS TO PAY* TERHADAP BAHAN BAKAR MINYAK (BBM) PERTAMAX DI YOGYAKARTA

Masniya Khairunnisa

Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jl. Brawijaya (Lingkar Selatan), Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183

Email: Masniya.nia@gmail.com

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur nilai *willingness to pay* dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pendapatan, jumlah kendaraan yang dimiliki, frekuensi penggunaan kendaraan dan literasi produk. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 100 orang responden yang merupakan masyarakat pengguna BBM Pertamina di Yogyakarta yang dipilih dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Adapun analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda atau *Ordinary Least Square (OLS)*. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa nilai *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina adalah sebesar Rp 10.545. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* adalah pendapatan, frekuensi penggunaan kendaraan dan literasi produk. Ketiga variabel tersebut bernilai positif dan signifikan mempengaruhi *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina. Sedangkan variabel jumlah kendaraan yang dimiliki, memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *willingness to pay*.

Kata Kunci: *willingness to pay*, pendapatan, jumlah kendaraan yang dimiliki, frekuensi penggunaan kendaraan, literasi produk, BBM Pertamina.

ABSTRACT

This study aims to measure the value of willingness to pay and find out what factors influence consumer willingness to pay for Pertamina fuel. The dependent variable in this study is income, number of owned vehicles, the frequency of vehicle use and product literacy. In this study sample of 100 Pertamina fuel users in Yogyakarta were selected using Purposive Sampling method. This study using multiple linear regression or Ordinary Least Square (OLS). Based on the results show that the value of consumer willingness to pay for Pertamina fuel is Rp. 10,545. The factors that influence willingness to pay are income, frequency of vehicle use and product literacy. These three variables are positive and have a significant influence on consumer willingness to pay for Pertamina fuel. While the variable number of owned vehicle, has a positive but not significant effect for willingness to pay.

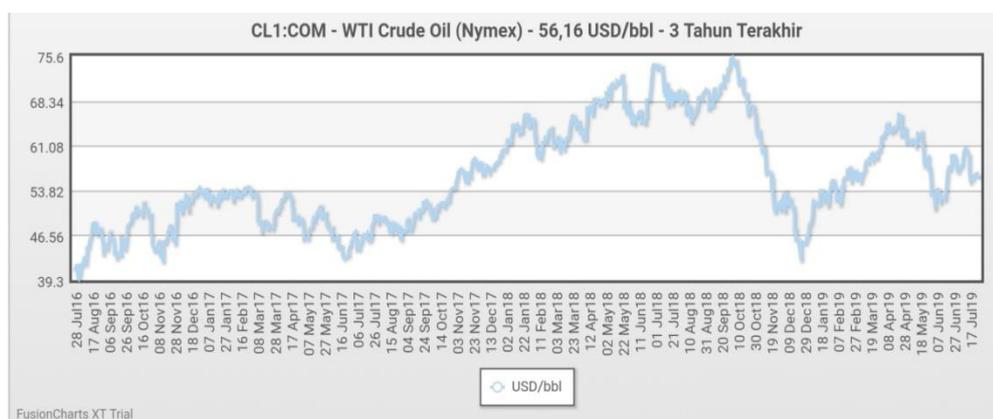
Keyword: *willingness to pay, income, number of owned vehicles, the frequency of vehicle use and product literacy, Pertamina fuel.*

PENDAHULUAN

Bahan Bakar Minyak (BBM) merupakan kebutuhan yang begitu penting bagi manusia untuk menunjang kehidupan sehari-hari dan memiliki peran yang dalam aktivitas perekonomian, baik untuk kebutuhan konsumsi, produksi dan distribusi. Di Indonesia sendiri permintaan akan BBM semakin meningkat seiring dengan berkembangnya berbagai sektor-sektor di dalam negeri, contohnya dalam hal sektor industri, rumah tangga maupun transportasi. Oleh sebab itu BBM bisa dikatakan sebagai kebutuhan pokok yang berperan sangat penting bagi kehidupan masyarakat sehari-hari, baik dari kalangan kelas atas maupun kalangan tingkat bawah. Kondisi tersebut terlihat dari bagaimana BBM sangat mempengaruhi harga bahan-bahan pokok maupun inflasi. Pada saat ini penggunaan BBM yang paling banyak disalurkan adalah untuk menunjang kebutuhan di sektor transportasi, yang dimana permintaannya semakin meningkat. Hal tersebut diperkirakan terjadi karena jumlah kendaraan bermotor yang dari tahun-ketahun jumlahnya terus naik.

Pemerintah Indonesia sendiri melalui Pertamina telah menyediakan dua alternatif pilihan BBM yang dapat digunakan oleh masyarakat, yakni BBM bersubsidi dan non-subsidi. Namun, dikarenakan BBM bersubsidi memiliki harga yang cenderung lebih murah mengakibatkan masyarakat lebih memilih menggunakannya guna untuk menghemat pengeluaran. Dari segi kualitas, BBM non subsidi memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan BBM bersubsidi. Dari segi *Research Octane number (RON)*, BBM Pertamina memiliki RON 92 lebih tinggi dibandingkan dengan RON dari Paltalite yaitu RON 90 dan Premium dengan RON 88. Dimana semakin tinggi RON maka semakin baik untuk kendaraan. Seperti yang dikutip dalam (Rankovic, Bourhis, Loos, & Dauphin, 2015) bahwa kualitas oktan dari bahan bakar sangatlah penting bagi kendaraan untuk menghindari terjadinya ketukan. Oleh sebab itu, semakin tinggi RON akan semakin baik bagi pembakaran pada kendaraan. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas dari Pertamina lebih

baik dibandingkan dengan BBM bersubsidi contohnya jenis Premium dan juga Pertamina sendiri sangat menganjurkan penggunaannya terutama untuk kendaraan tahun 2000 ke atas. Di era globalisasi seperti saat ini penggunaan BBM Pertamina sangat sesuai karena tergolong bahan bakar ramah lingkungan yang dapat mengurangi pencemaran lingkungan dari gas hasil pembuangan kendaraan yang menggunakan BBM bersubsidi jenis Premium. Namun, beberapa tahun belakangan ini tepatnya di penghujung tahun 2017 dunia dikejutkan oleh harga minyak dunia yang mencapai 70 US\$/barrel untuk pertama kalinya dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Di prediksi penyebab utama dari kenaikan harga minyak dunia tersebut adalah karena kebijakan pemotongan produksi yang telah di sepakati oleh Negara-negara anggota OPEC (*Organization of the Petroleum Exporting Countries*) pada akhir tahun 2016. Kenaikan harga minyak dunia pun terus berlangsung hingga tahun 2018 yang menyebabkan harga BBM di Indonesia pun ikut naik karena bahan baku utama dari BBM merupakan minyak mentah. Dari kenaikan harga BBM tersebut, rata-rata kenaikan terjadi pada BBM non-subsidi jenis pertamax series dikarenakan dari Pertamina sendiri mengikuti kenaikan dari harga minyak dunia yang pada saat itu terus bergerak naik di angka USD 65-USD 70 per barrel dan juga untuk penentuan dari harga Pertamina series merupakan kebijakan dari badan usaha sendiri.



Sumber: <https://hargaminyak.net/trend-grafik/WTI-Crude-Oil-Nymex/>

Gambar 1.1.

Harga Minyak Dunia

Dari gambar 1.1 dapat dilihat pergerakan dari harga minyak dunia mulai dari penghujung tahun 2017 dan berlangsung hingga tahun 2018. Namun, diawal 2019 harga minyak dunia mulai stabil sehingga pada bulan Februari 2019 dari pihak Pertamina mengambil kebijakan untuk penyesuaian harga menyusun tren menurunnya harga minyak mentah dunia dan menguatnya rupiah terhadap dollar Amerika. Selain itu, Pertamina juga memperhatikan daya beli masyarakat.

Di Yogyakarta sendiri setelah terjadi penyesuaian harga, konsumsi BBM nonsubsidi sudah tinggi dan menggeser BBM bersubsidi seperti Premium dan Solar. Meningkatnya konsumsi BBM nonsubsidi di D.I Yogyakarta tersebut disebabkan kesadaran masyarakat yang semakin tinggi untuk menggunakan bahan bakar yang berkualitas dan ramah lingkungan. Per 28 oktober 2018 saja, menurut data dari MOR IV Jawa Tengah DIY jumlah penyerapan tertinggi di wilayah Yogyakarta dibukukan oleh Pertamina sebesar 16,6% yang merupakan terbesar kedua setelah Peralite sebesar 68% menggeser Premium yang pasarnya tinggal 15% di ikuti BBM jenis lainnya. Seperti yang disampaikan Teuku Johan Miftah selaku Branch Manager Pertamina MOR IV wilayah DIY dan Surakarta menyapaikan:

“Dilihat dari tren penjualan BBM nonsubsidi sendiri semakin meningkat dan dikenal masyarakat di DIY seperti Peralite, Pertamina dan sebagainya. Varian produk BBM nonsubsidi tersebut telah terbukti memberikan manfaat bagi kendaraan sehingga banyak masyarakat beralih dan memilih untuk menggunakannya saat ini”.

Mengingat bahwa di D.I Yogyakarta sendiri merupakan kota pelajar yang sebagian besar merupakan Mahasiswa yang tentunya dengan tingkat pemahaman yang baik akan suatu produk, adapun ketika harga BBM Pertamina naik seperti beberapa waktu lalu, sebagai seorang konsumen yang menggunakannya dan tahu bagaimana kelebihan-kelebihan yang didapatkan ketika menggunakan BBM Pertamina apakah akan

berpengaruh atau tidak terhadap pembelian bahan bakar. Untuk itu, perlu dilakukan sebuah valuasi ekonomi yang berguna untuk melihat seberapa besar nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap bahan bakar berkualitas seperti BBM Pertamina. Valuasi ekonomi tersebut dilakukan dengan menggunakan *willingness to pay*. Yang nantinya akan diperoleh nilai yang tepat dan sesuai dengan besaran yang akan konsumen berikan terhadap barang tersebut. Dimana *Willingness to pay* menurut (Fauzi A. , 2006) merupakan nilai yang diberikan seseorang pada keadaan baik atau jasa yang ingin mereka bayar untuk mendapatkan keadaan baik dari jasa tersebut.

Adapun penelitian ini merujuk kepada beberapa studi yang menggunakan metode yang sama, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Daud & Aidar, 2017) yang bertujuan untuk menganalisis keinginan masyarakat Kota Banda Aceh untuk membayar ketersediaan *Solar Home System (SHS)* serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi *willingness to pay* masyarakat secara positif dan signifikan adalah pendapatan, pengetahuan terhadap *solar home system*, dan strata golongan tarif, sedangkan variabel pendidikan berpengaruh secara positif namun tidak signifikan.

Selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Aliasuddin, 2016) yang bertujuan untuk mengetahui kesediaan masyarakat dalam membayar (WTP) terhadap pembangunan jaringan gas bumi di Kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan data primer dengan jumlah sampel sebanyak 100 rumah tangga yang dilakukan secara *purposive sampling*. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan dan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap WTP gas alam di daerah ini. Nilai ekonomi rata-rata adalah Rp 2.614,008. Berdasarkan hasil, dianjurkan untuk batas jaringan gas tidak hanya di Lhokseumawe tetapi juga di daerah Aceh lainnya.

Selain pada penelitian yang menggunakan metode yang sama, sebelumnya juga terdapat beberapa penelitian yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli BBM Pertamina. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Fauzan, 2018) yang menyatakan bahwa pendapatan dan jenis kendaraan berpengaruh signifikan terhadap permintaan bahan bakar Pertamina di Purwokerto sedangkan faktor lainnya seperti harga Pertamina, harga Pertalite dan tahun kendaraan tidak memiliki pengaruh terhadap bahan bakar Pertamina. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Purwokerto memiliki kecenderungan untuk tetap menempatkan kualitas pada berapapun tingkat harga yang ditetapkan oleh pemerintah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Rahman, 2015) Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas dari BBM Pertamina yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membelikan BBM Pertamina.

Oleh sebab itu, berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, pada kesempatan ini peneliti tertarik ingin mencoba meneliti bagaimana ketersediaan membayar masyarakat terhadap BBM Pertamina dengan variabel yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Adapun judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Willingness to Pay* Terhadap Bahan Bakar Minyak (BBM) Pertamina di Yogyakarta”**

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah faktor pendapatan, jumlah kendaraan yang dimiliki, frekuensi penggunaan kendaraan, dan literasi produk berpengaruh terhadap *willingness to pay* konsumen BBM Pertamina. Serta mengetahui berapa rata-rata nilai *willingness to pay* membayar BBM jenis Pertamina.

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pendapatan, jumlah kendaraan yang dimiliki, frekuensi penggunaan kendaraan, dan literasi produk berpengaruh terhadap *willingness to pay* konsumen BBM Pertamina. Serta mengukur besar rata-rata nilai *willingness to pay* membayar BBM jenis Pertamina.

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, teknik pengambilan sampel merupakan proses penentuan jumlah sampel yang merupakan bagian dari populasi yang terdiri dari sebagian anggota yang akan dipilih dari populasi, yang bertujuan untuk mempelajari karakter dari subjek sampel, sehingga peneliti dapat mengambil kesimpulan yang akan digeneralisasi ke populasi.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan sebagai objek penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Yaitu, dengan memilih sampel atas dasar kriteria tertentu yang bertujuan untuk memperoleh sampel yang *representative*. Menurut (Sugiyono, 2010) jenis *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu cara pengambilan sampel dengan menetapkan ciri yang sesuai dengan tujuan. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah Sample dalam penelitian ini adalah masyarakat Yogyakarta yang menggunakan BBM Pertamina.

Dalam penelitian ini perhitungan jumlah sampel dilakukan menggunakan metode *Slovin*. Cara perhitungan dengan metode ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah Populasi (Konsumen BBM Pertamina)
- e = 0,1. Presentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang di toleransikan (10 persen)

Berdasarkan rumus diatas maka dapat diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{265.600}{1 + 265.600(0,1)^2} = 99,96$$

Jadi, berdasarkan perhitungan diatas tersebut maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 (dibulatkan) orang.

B. Alat Analisis

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* konsumen bahan bakar pertamax dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda atau *Ordinary Least Square (OLS)* dengan menggunakan SPSS 21. Analisa regresi tersebut digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antar variabel dengan cara mempelajari perubahan pada nilai variabel dependen yang di sebabkan karena adanya perubahan nilai variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel tersebut. Dan analisis regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan analisa regresi linear berganda (OLS). Persamaan regresi linear yang digunakan dalam analisis ini adalah:

$$WTP = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \epsilon$$

Dimana:

WTP = *Willingness to Pay*

a = bilangan konstanta

b_1 = koefisien korelasi pendapatan

X_1 = pendapatan

b_2	= koefisien korelasi jumlah kendaraan yang dimiliki
X_2	= Jumlah kendaraan yang dimiliki
b_3	= koefisien korelasi frekuensi penggunaan kendaraan
X_3	= frekuensi penggunaan kendaraan
b_4	= koefisien korelasi literasi produk
X_4	= literasi produk
ϵ	= <i>Error Term</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang menunjukkan tingkat kevaliditan suatu instrument. Pengujian validitas konstruk dapat dilakukan dengan cara mengkoreksi masing-masing skor butir pertanyaan dengan skor total, dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika koefisien korelasi antara skor butir dengan total skor positif dan signifikan pada level 5% persen.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Dari Item-Item Variabel Penelitian

Variabel	Item	r hitung	Sig	Keterangan
Pendapatan	X1.1	0,898	0,000	Valid
	X1.2	0,932	0,000	Valid
	X1.3	0,931	0,000	Valid
Jumlah Kendaraan Yang dimiliki	X2.1	0,889	0,000	Valid
	X2.2	0,896	0,000	Valid
Frekuensi Penggunaan Kendaraan	X3.1	0,700	0,000	Valid
	X3.2	0,844	0,000	Valid
	X3.3	0,828	0,000	Valid
	X3.4	0,793	0,000	Valid
	X3.5	0,841	0,000	Valid
	X3.6	0,854	0,000	Valid
Literasi Produk	X4.1	0,837	0,000	Valid
	X4.2	0,832	0,000	Valid
	X4.3	0,824	0,000	Valid
	X4.4	0,863	0,000	Valid
	X4.4	0,840	0,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dengan jumlah 100 orang responden, dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan mengenai pendapatan, jumlah kendaraan yang dimiliki, frekuensi penggunaan kendaraan dan literasi produk yang diajukan untuk responden pengguna BBM Pertamina di Yogyakarta adalah valid karena dilihat dari tingkat signifikan $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang ada dalam kuisioner tersebut dapat dikatakan layak sebagai instrument untuk mengukur data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya merupakan alat untuk mengukur kehandalan suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Instrument untuk menghitung atau mengukur masing-masing dari variabel dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Pendapatan	0,910	0,60	Reliabel
Jumlah Kendaraan Yang Dimiliki	0,745	0,60	Reliabel
Frekuensi Penggunaan Kendaraan	0,896	0,60	Reliabel
Literasi Produk	0,895	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai dari Cronbach Alpha tidak ada yang berada dibawah 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang digunakan lolos uji reliabilitas.

B. Hipotesis dan Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam uji normalitas terdapat beberapa macam cara yang dapat digunakan untuk melihat apakah data yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Dalam uji normalitas sebuah data dikatakan

berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih $> 0,05$. Dan sebaliknya apabila nilai signifikansinya $< 0,05$ maka data dari penelitian tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas data:

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a
	Signifikansi
Unstandardized residual	.468

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil dari uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogorov-smirmov memiliki nilai signifikansi $0,468 >$ dari $0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada penelitian ini digunakan untuk menguji pada model regresi apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi korelasi antar variabel bebasnya atau tidak terjadi multikolinearitas. Dalam uji multikolinearitas, untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai variance inflating factor (VIF) dan nilai tolerancenya. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas adalah jika nilai $VIF < 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas, tetapi apabila nilai $VIF > 10,00$ maka artinya terjadi multikolinearitas pada model regresi. Adapun jika melihat berdasarkan nilai tolerancenya, yaitu apabila nilai tolerance $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya apabila

nilai tolerance < dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinearitas pada model regresi. Berikut hasil uji multikoleniaritas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Pendapatan	0.838	1.194
Jumlah kendaraan	0.968	1.033
Frekuensi	0.831	1.203
Literasi Produk	0.866	1.155

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil dari uji multikolinearitas yang hasilnya nilai VIF pada setiap variabelnya kurang dari 10,00 (nilai VIF < 10,00). Sedangkan dilihat dari nilai tolerance pada setiap variabel juga lebih dari 0,10 (nilai tolerance > 0,10). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini. Sehingga model regresi dalam penelitian ini sudah memenuhi asumsi tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah didalam regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pangamatan lain. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser, adapun ketentuannya yaitu jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 (sig > 0,05) maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 (sig < 0,05) maka terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Pendapatan	0,309	Bebas Heteroskedastisitas
Jumlah kendaraan	0,464	Bebas Heteroskedastisitas
Frekuensi	0,322	Bebas Heteroskedastisitas
Literasi produk	0,950	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel di atas dapat hasil dari uji heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari pendapatan yaitu ($0,309 > 0,05$), nilai signifikansi jumlah kendaraan ($0,464 > 0,05$), nilai signifikansi frekuensi ($0,322 > 0,05$) dan nilai signifikansi literasi produk ($0,950 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan jika eluruh variabel tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga model regresi linear ini memenhi asumsi non-heteroskedatisitas.

2. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji hipotesis secara simultan pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu pendapatan (X1), jumlah kendaraan yang dimiliki (X2), frekuensi penggunaan kendaraan (X3) dan literasi produk (X4) terhadap variabel dependen yaitu *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina. Jika nilai signifikan kurang dari dari 0,05 ($< 0,05$) maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Hipotesis untuk uji simultan F adalah sebagai berikut:

Ha: Pendapatan, Jumlah Kendaraan, Frekuensi, dan Literasi Produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina di Yogyakarta.

Ho: Pendapatan, Jumlah Kendaraan, Frekuensi, dan Literasi Produk secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina di Yogyakarta.

Berikut hasil Uji F dari pengujian statistik regresi linear berganda dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	17273409.311	4	4318352.328	26.007	,000 ^b
Residual	15774090.689	95	166043.060		
Total	33047500.000	99			

a. Dependent Variable: WTP

b. Predictors: (Constant), LP, JK, PEND, FREK

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai F sebesar 26.007 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha=5\%$) atau 0,05, maka nilai $\text{Sig.} < \alpha = 0,000 < 0,05$. Karena $\text{Sig.} < \alpha$ maka disimpulkan H_0 ditolak yang berarti variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji T

Dalam penelitian ini uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel pendapatan, jumlah kendaraan yang dimiliki, frekuensi penggunaan kendaraan, dan literasi produk secara parsial (masing-masing) berpengaruh terhadap variabel *willingness to pay*. Berikut hasil dari uji T :

Tabel 7
Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	7753.506	309.834		25.025	.000
Pendapatan	66.085	14.685	.349	4.500	.000
Jumlah kendaraan	22.994	19.373	.086	1.187	.238
Frekuensi	47.304	12.058	.305	3.923	.000
Literasi produk	57.743	14.229	.309	4.058	.000

Dependent Variable: WTP

Sumber: Data primer diolah

$$Y = 0,349 X_1 + 0,086 X_2 + 0,305 X_3 + 0,309 X_4 + \epsilon$$

$$\text{WTP} = 0,349 \text{ Pendapatan} + 0,086 \text{ Jumlah Kendaraan} + 0,305 \text{ Frekuensi} + 0,309 \text{ Literasi Produk}$$

Berdasarkan tabel diatas bisa disimpulkan bahwa:

1) Pendapatan

Berdasarkan hasil uji-t, variabel pendapatan memiliki nilai koefisien sebesar 0,349 dan berpengaruh positif signifikan terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina. Hal ini berarti ketika

pendapatan mengalami peningkatan maka ketersediaan membayar untuk BBM Pertamina juga akan meningkat.

2) Jumlah Kendaraan

Variabel jumlah kendaraan yang dimiliki, memiliki nilai koefisien sebesar 0,086 yang berarti berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina. Akan tetapi variabel jumlah kendaraan yang dimiliki tidak signifikan karena nilai signifikansinya di atas 0,05 ($0,238 > 0,05$).

3) Frekuensi penggunaan kendaraan

Nilai koefisien dari variabel frekuensi penggunaan kendaraan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina dengan nilai koefisien 0,305. Dan selain itu variabel frekuensi penggunaan kendaraan juga berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* terhadap BBM Pertamina.

4) Literasi produk

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan variabel literasi produk memiliki nilai koefisien sebesar 0,309 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian variabel literasi produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau disebut juga R-Square digunakan dalam penelitian ini untuk berapa persen (%) pengaruh yang diberikan variabel independen yaitu pendapatan, jumlah kendaraan yang dimiliki, frekuensi penggunaan kendaraan dan literasi produk terhadap variabel dependen yaitu

willingness to pay konsumen terhadap BBM Pertamina. Berikut hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.503	407.484

a. Predictors: (Constant), LiterasiProduk, JumlahKendaraan, Pendapatan, FrekuensiPenggunaanKendaraan

b. Dependen Variabel : WTP

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil uji koefisien determinasi yaitu nilai Adjusted R Square sebesar 0,503. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu pendapatan, jumlah kendaraan yang dimiliki, frekuensi penggunaan kendaran dan literasi produk dapat menjelaskan variabel dependen yaitu *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina sebesar 50,3% dan sisanya 49,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar model.

C. Pembahasan

Berdasarkan survey yang telah dilakukan, *willingness to pay* konsumen terhadap Bahan Bakar Minyak (BBM) Pertamina di Yogyakarta memiliki rata-rata *willingness to pay* sebesar Rp 10.545 rupiah. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan, jumlah, frekuensi penggunaan kendaraan, dan literasi produk masing-masing berpengaruh terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap Bahan Bakar Minyak (BBM) Pertamina Di Yogyakarta. Sedangkan variabel jumlah kendaraan yang dimiliki tidak berpengaruh terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap Bahan Bakar Minyak (BBM) Pertamina Di Yogyakarta. Adapun berikut merupakan pembahasan mengenai hasil dari penelitian yang sudah dilakukan:

1. Pengaruh Literasi Produk Terhadap *Willingness To Pay*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi produk memiliki koefisien korelasi positif dan signifikan mempengaruhi *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina di Yogyakarta.

Karena, pada dasarnya Literasi Produk atau *Product Knowledge* menurut Rao dan Sieben yang dikutip dalam (Waluyo & Pamungkas, 2003) merupakan cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk. Konsumen dengan pengetahuan yang tinggi akan menjadi realistis dalam pemilihan produk yang sesuai dengan harapan, dimana semakin tinggi pengetahuan konsumen dalam pembelian suatu produk, dapat meningkatkan kemampuan konsumen untuk membuat pilihan yang lebih memuaskan.

Dalam hal ini konsumen dapat membandingkan Kandungan dari BBM Pertamina dengan BBM jenis Peralite maupun Premium tentu memiliki kualitas yang lebih baik. Dari segi nilai oktan (Research Octane Number/RON), Pertamina memiliki nilai oktan 92, sedangkan Peralite 90 dan Premium memiliki oktan 88. Dimana semakin tinggi nilai oktan maka BBM lebih lambat terbakar, sehingga tidak meninggalkan residu pada mesin yang nantinya hal tersebut dapat mengganggu kinerjanya. Kemudian dari segi kandungan yang dimiliki, berdasarkan pada situs web resmi PT. Pertamina, BBM Pertamina memiliki kandungan zat aditif khusus yang berfungsi sebagai pelindung anti karat dinding tangki kendaraan, saluran bahan bakar dan ruang bakar mesin (*Corrosion Inhibitor*), membersihkan bagian dalam kendaraan (*Detergency*), dan menjaga kemurnian bahan bakar dari campuran air sehingga pembakaran lebih sempurna (*Demulsifier*). Pada Peralite memiliki warna hijau

dengan penampilan jernih dan tidak terdapat kandungan timbal serta memiliki kandungan sulfur maksimal 0,05 persen m/m atau setara dengan 500 ppm yang dimana kandungan tersebut lebih baik dibandingkan dengan jenis Premium. Selain itu penggunaan Peralite mengakibatkan pembakaran pada mesin lebih optimal, sehingga mesin lebih bertenaga dan halus. Dan yang terakhir adalah Premium dikarenakan memiliki oktan paling rendah diantara jenis BBM lainnya, Premium memiliki kandungan yang menggunakan tambahan pewarna dye yang menyebabkan berwarna kuning, dan menghasilkan NOx dan COx dalam jumlah yang banyak. Pada mesin kendaraan, penggunaan Premium dalam mesin berkomresi tinggi akan mengakibatkan mesin mengalami *knocking*. Dan hal tersebut mengakibatkan tenaga mesin berkurang sehingga terjadi pemborosan atau inefisiensi.

Oleh karena itu semakin tinggi oktan/RON maka akan semakin baik bagi mesin kendaraan. Pengguna Pertamina pada kendaraan akan menekan gas beracun karena tidak mengandung timbal didalamnya, hal inilah yang membuatnya lebih ramah lingkungan. Karena penambahan zat aditif pada Pertamina yang akan membantu memelihara mesin agar tidak mudah berkerak yang nantinya akan membuat mesin kendaraan tidak mudah rusak dan tentunya akan lebih menghemat biaya perawatan pada kendaraan.

Dalam penelitian ini rata-rata responden menggunakan BBM Pertamina karena mereka tahu bagaimana kualitas dari BBM Pertamina itu sendiri. Bahwa BBM Pertamina memiliki RON 92 lebih tinggi dibandingkan dengan BBM Premium maupun Peralite, selain tidak mengandung timbal dan ramah lingkungan. Seperti yang dikutip dalam penelitian yang dilakukan oleh (Weenas, 2013) dalam (Sabilla, Mujiasih, & Putra, 2014) yang mengungkapkan bahwa penilaian yang baik mengenai

kualitas produk yang sesuai dengan tingkat keinginan dan kebutuhan, akan mendorong konsumen melakukan pembelian produk tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengetahuan atau literasi konsumen terhadap BBM Pertamina maka semakin tinggi kesediaan untuk membayar *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina di Yogyakarta.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lim, Kim, & Yoo, 2017), penelitiannya menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki pengetahuan tentang produk lebih cenderung untuk bersedia membayar lebih terhadap tawaran yang diberikan. Hasil yang sama terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh (Daud & Aidar, 2017) yang mengatakan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh terhadap *willingness to pay*.

2. Pengaruh Pendapatan Terhadap *Willingness To Pay*.

Berdasarkan hasil data yang telah diuji bahwa pada variabel pendapatan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap Bahan Bakar Minyak (BBM) Pertamina Di Yogyakarta.

Hal ini terjadi karena pendapatan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pembelian BBM Pertamina yang nantinya akan berpengaruh juga terhadap ketersediaan membayar. Bagi konsumen pengguna BBM Pertamina, ketika pendapatan mengalami perubahan baik itu meningkat ataupun menurun tentunya akan berpengaruh terhadap pembelian BBM Pertamina. Karena, hal tersebut di pengaruhi oleh pengetahuan konsumen akan BBM Pertamina (*Product Knowledge*). Seperti yang di kutip dalam penelitian yang dilakukan oleh (Fauzan, 2018) bagi orang yang peduli dengan kualitas, mereka berpikir bahwa Pertamina cocok untuk kendaraan mereka sehingga walaupun harganya meningkat, mereka akan selalu menggunakan Pertamina.

Sesuai dengan teori permintaan, yang menyatakan bahwa ketika pendapatan masyarakat tinggi maka daya beli masyarakat semakin tinggi. Akibatnya ketika daya beli yang tinggi maka kemampuan untuk membayar juga semakin tinggi. Oleh karena itu ketika pendapatan yang naik justru diikuti dengan permintaan yang naik juga terhadap BBM Pertamina. Pendapatan masyarakat yang tinggi menunjukkan bahwa tingkat daya beli masyarakat semakin baik.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Aliasuddin, 2016) di Kota Lhokseumawe. Mereka menyimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay*.

3. Pengaruh Frekuensi Penggunaan Kendaraan Terhadap *Willingness To Pay*

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, variabel frekuensi penggunaan kendaraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina. Hasil ini juga sesuai dengan hipotesis awal yaitu frekuensi penggunaan kendaraan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan konsumen pengguna BBM Pertamina akan bersedia membayar *willingness to pay* lebih tinggi ketika frekuensi penggunaan kendaraan meningkat. Hal itu didasari ketika konsumen yang hampir menggunakan kendaraannya setiap hari akan lebih mengetahui kelebihan dari penggunaan BBM Pertamina pada kendaraannya. Salah satunya yaitu, lebih irit meskipun harganya lebih mahal.

Seperti halnya survei yang dilakukan oleh Karimun Club Bangka Belitung, dengan cara membeli BBM Premium, Peralite, Pertamina dengan nominal uang yang sama dan penggunaan dengan jarak tempuh yang sama dan hasilnya BBM Pertamina lebih irit dan menguntungkan meskipun secara literanya lebih sedikit (Basudewa,

2018). Oleh karena itu, ketika frekuensi penggunaan pada kendaraan meningkat maka *willingness to pay* juga akan meningkat.

4. Pengaruh Jumlah Kendaraan yang Dimiliki Terhadap *Willingness To Pay*

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa variabel jumlah kendaraan yang dimiliki memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina.

Hal ini berkaitan dengan bagaimana persepsi responden terhadap suatu produk yang digunakan. Pertamina sendiri merupakan BBM yang kualitasnya lebih baik dibandingkan dengan BBM jenis lainnya. Pertamina memiliki *Research Octane Number (RON)* pada angka 92, Paltalite memiliki RON 90, sedangkan Premium memiliki RON 88. Dimana semakin tinggi RON berarti semakin baik pembakaran. Oleh karena itu pada BBM yang memiliki RON tinggi tidak mengandung timbal yang mengakibatkan pengkerakan pada mesin kendaraan. Selain itu penambahan zat aditif pada BBM Pertamina akan berfungsi sebagai pembersih pada bahan bakar yang nantinya berpengaruh pada keawetan pada mesin kendaraan. Guru teknik sepeda motor SMKN 3 Bondowoso, Yusworo Setyo Winoto mengatakan “Kendaraan dengan konsumsi Pertamina, lebih lama masa servisnya karena lebih bersih.” (Gatra, 2015).

Oleh karena itu, selain ketika pendapatan dari masyarakat tinggi hal itu akan berpengaruh pada tingkat konsumsi BBM Pertamina. Dan juga karena adanya pengetahuan atau literasi pada konsumen terhadap kualitas produk. Sehingga, berapapun jumlah kendaraan yang dimiliki tidak berpengaruh terhadap konsumsi BBM Pertamina. Karena, ketika konsumen mengetahui kualitas dan kelebihan yang dimiliki oleh BBM Pertamina, konsumen akan tetap mengisi kendaraan yang dimiliki dengan BBM Pertamina. Dan rata-rata responden pengguna BBM Pertamina tahu akan kualitas yang dimiliki dan memiliki persepsi sendiri terhadap BBM Pertamina.

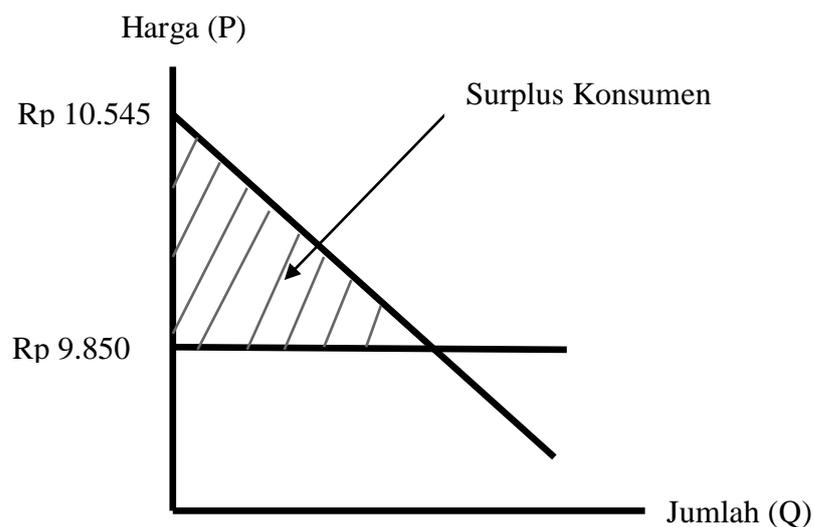
Sehingga berapapun jumlah kendaraan yang dimiliki baik itu mobil ataupun motor tidak berpengaruh terhadap *willingness to pay*, karena responden akan tetap menggunakan BBM Pertamina.

5. *Willingness To Pay* Dan Surplus Konsumen

Berdasarkan hasil survey kepada 100 orang responden, total *willingness to pay* (WTP) terhadap BBM Pertamina di Yogyakarta adalah sebesar Rp 1.054.500,00 dengan rata-rata WTP per orang sebesar Rp 10.545,00. Besarnya WTP di pengaruhi oleh pendapatan, jumlah kendaraan yang dimiliki, frekuensi penggunaan kendaraan dan literasi Produk.

Dari total WTP dapat diketahui total surplus konsumen dari 100 orang responden. Surplus konsumen adalah perbedaan antara jumlah yang dibayarkan oleh konsumen untuk barang dan jasa dengan WTP. Harga BBM Pertamina pada saat ini setelah terjadi penyesuaian harga adalah Rp 9.850,00. Total surplus konsumen dapat diketahui dengan mengurangi total WTP dengan harga BBM Pertamina yang dibayarkan oleh 100 orang responden. Berdasarkan total surplus konsumen dari 100 orang adalah $Rp\ 1.054.500,00 - (100 \times Rp\ 9.850,00) = Rp\ 65.500,00$ dengan rata-rata surplus konsumen per orang adalah $Rp\ 10.545,00 - Rp\ 9.850,00 = Rp\ 695,00$.

Kurva 5.1
Kurva Surplus Konsumen



Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa dari 100 orang responden, mereka rela membayar lebih untuk mendapatkan BBM Pertamina. Dari hal tersebut dapat dijadikan masukan bagi Pemerintah maupun PT. Pertamina (Persero) dalam hal kebijakan perubahan harga dari Pertamina dengan batas maksimal sama dengan rata-rata surplus konsumen. Namun dengan kenaikan tersebut, harus diimbangi dengan peningkatan kualitas yang lebih baik lagi, yang nantinya diharapkan semakin banyak masyarakat Yogyakarta yang beralih dari yang menggunakan BBM bersubsidi menggunakan BBM non-subsidi seperti Pertamina.

KESIMPULAN

1. Nilai rata-rata *willingness to pay* (EWTP) dalam penelitian ini adalah sebesar Rp 10.545,-, dengan surplus konsumen sebesar Rp 695,00,-. Nilai tersebut diperoleh dari 100 responden. Dimana, 39 orang responden bersedia membayar BBM Pertamina dengan harga Rp 10.000, 31 orang responden bersedia membayar BBM Pertamina dengan harga Rp 10.500, 17 orang responden bersedia membayar BBM Pertamina dengan harga Rp 11.000, 8 orang responden bersedia membayar BBM Pertamina dengan harga Rp 11.500, dan 5 orang responden bersedia membayar BBM Pertamina dengan harga Rp 12.000.
2. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina yaitu pendapatan, frekuensi penggunaan kendaraan, dan literasi produk. Sedangkan jumlah kendaraan yang dimiliki tidak memiliki pengaruh terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina.
3. Variable pendapatan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi

pendapatan seseorang maka akan meningkatkan kesediaan seseorang untuk membayar *willingness to pay* terhadap BBM Pertamina.

4. Variabel frekuensi penggunaan kendaraan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina. Hal tersebut terjadi karena semakin sering seseorang menggunakan kendaraan maka kemauan seseorang untuk membayar *willingness to pay* akan meningkat, karena seseorang yang hampir setiap hari menggunakan kendaraannya akan merasakan kelebihan dari penggunaan BBM Pertamina.
5. Variabel literasi produk berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina. Artinya ketika konsumen pengguna BBM Pertamina memiliki pengetahuan yang baik tentang kelebihan-kelebihan dari penggunaan BBM Pertamina maka akan meningkatkan kemauan membayar untuk BBM Pertamina.
6. Variabel jumlah kendaraan yang dimiliki tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap *willingness to pay* konsumen terhadap BBM Pertamina. Hal tersebut menunjukkan bahwa berapapun jumlah kendaraan yang dimiliki baik itu motor ataupun mobil, konsumen akan tetap mengisi kendaraannya dengan menggunakan BBM Pertamina. Hal tersebut dilatar belakangi oleh pengetahuan konsumen terhadap BBM Pertamina yang memiliki kualitas yang baik bagi kendaraan bermotor. Oleh sebab itu, berapapun jumlah kendaraan yang dimiliki baik itu mobil ataupun motor tidak berpengaruh terhadap *willingness to pay*, karena responden akan tetap menggunakan BBM Pertamina.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis ingin memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak lain :

1. Bagi pemerintah diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan untuk kebijakan perubahan harga. Dan dapat berupaya melakukan pembangunan ekonomi yang berdampak kepada peningkatan pertumbuhan ekonomi yang nantinya dapat meningkatkan pertumbuhan pendapatan masyarakat. Karena pendapatan masyarakat yang naik akan berimplikasi pada konsumsi BBM.
2. Bagi PT. Pertamina (Persero) diharapkan dapat memberikan informasi baik dan sosialisasi yang lebih gencar lagi mengenai kualitas produknya kepada konsumen melalui media cetak maupun elektronik. Dan PT. Pertamina (Persero) dapat mengedukasi kepada masyarakat tentang kandungan setiap jenis BBM. Karena literasi terhadap kualitas produk berpengaruh terhadap kesediaan membayar.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan teknik yang lain dan juga dapat menambah variabel-variabel yang lainnya yang turut berperan dalam *willingness to pay* terhadap BBM Pertamina untuk penelitian selanjutnya. Selain itu juga karena penelitian ini hanya menggunakan 100 responden, diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah responden atau data pada penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Basudewa, D. (2018, November 12). *BBM Berkualitas Kunci Mesin Kendaraan Sehat Dan Bertenaga*. Retrieved Agustus 24, 2019, from Otospirit: <https://www.otospirit.com/bbm-berkualitas-kunci-mesin-kendaraan-sehat-dan-bertenaga/52897>
- Basuki, A. T. (2017). *Ekonometrika dan Aplikasi Dalam Ekonomi*. Yogyakarta: Danisa Media.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bigerna, S., & Polinori, P. (2014). Italian Households' Willingness To Pay For Green Electricity. *Journal Renewable And Sustainable Energy Reviews* , Volume 34, 110-121.
- Black, R., Bhutta, Z., Victoria, C., Christian, P., & de Onis, P. (2013). Maternal and Child Undernutrition and Overweight in Low-Income Cognition in Late Childhood. *The Lancet Journal* , 382 (9890): 427-451.
- Daud, M. Y., & Aidar, N. (2017). Willingness To Pay Masyarakat Kota Banda Aceh Terhadap Ketersediaan Solar Home System (SHS) Dalam Memenuhi Kebutuhan Listrik Rumah Tangga. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)* , Vol. 2, No. 1 : 216-226.
- Erdem, C., Senturk, I., & Simsek, T. (2010). Identifying The Factors Affecting The Willingness To Pay For Fuel-efficient Vehicles In Turkey: A Case Of Hybrids. *Journal Of Energy Policy* 38 , Volume 38, 3038-3043.
- Fauzan, T. A. (2018). Determinant Of Pertamina Fuel Demand In Purwokerto. *Eko-Regional (Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah)* , Vol. 13, No. 2 : 51-59.
- Fauzi. (2004). *Ekonomi Sumber Daya Alam Dan Lingkungan: Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fauzi, A. (2006). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gatra, S. (2015, Desember 07). *Mengapa Menggunakan Pertamina Lebih Hemat?* Retrieved Agustus 24, 2019, from KOMPAS.com: <https://money.kompas.com/read/2014/12/07/094554126/Mengapa.Menggunakan.Pertamax.Lebih.Hemat.?page=all>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, K. Y., & Suprapti, N. W. (2015). Peran Pendapatan Dalam Memoderasi pengaruh Sikap Pada Kesiapan Membayar Produk Ramah Lingkungan . *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* , Vol. 9, No. 1 : 74-82.
- Handoyo, A. (2018, Juni 6). *ICP Mei 2018 Capai USD 72,46 per Barel, Tertinggi Sejak November 2014*. Retrieved Oktober 14, 2018, from Kementerian Energi Dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia: <https://www.esdm.go.id/id/media-center/arsip-berita/icp-mei-2018-capai-usd-7246-per-barel-tertinggi-sejak-november-2014>
- Hisan, M., Syechalad, N., & Syahnur, S. (2014). Analisis Kesiapan Pengunjung Untuk Membayar Retribusi Wisata Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmu Ekonomi* , 2(1): 50.

- J.Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Predana Media.
- Latumahina, G., & Anastasia, N. (2014). Kesiapan Untuk Membayar Pada Green Residential. *Finesta* , 82-86.
- Lestari, L., & Aliasuddin. (2016). Willingness To Pay Terhadap Pembangunan Jaringan Gas Bumi Untuk Rumah Tangga Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)* , Vol. 1, No. 2 : 409-419.
- Lim, S.-Y., Kim, H.-J., & Yoo, S.-H. (2017). Public's Willingness To Pay A Premium For Bioethanol In Korea: A Contingent Valuation Study. *Journal Of Energy Policy 101* , Volume 101,20-27.
- Panjaitan, I. F. (2013). Analisa Tarif Jalan Tol Berdasarkan Pendekatan Willingness To Pay (WTP) Dan Ability To Pay (ATP) (Studi Kasus: Rencana Jalan Tol Medan-Binjai). *Jurnal Teknik Sipil USU* .
- R.Giang, R. (2013). Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Buruh Bangunan Di Kecamatan Pineleg. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* , 248-256.
- Rahman, W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Pertamina Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor* .
- Rankovic, N., Bourhis, G., Loos, M., & Dauphin, R. (2015). Understanding Octane Number Evolution For Enabling Alternative Low RON Refinery Streams And Octane Booster As Transportation Fuel. *Elsevier Fuel Journal* , Volume 150 : 41-47.
- Sabilla, S., Mujiasih, E., & Putra, N. A. (2014). Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kualitas Produk Dengan Intensi Membeli Pertamina Pada Karyawan PT. United Tractors TBK Jakarta. *Jurnal Empati Vol 3 No 4* .
- Silalahi, R. (2018). Analisis pengaruh Perubahan Harga Bahan Bakar Minyak Premium dan Solar di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomia* , 20-30.
- Simamora, B. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Slat, A. H. (2013). Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing Dan Penentuan Harga Jual. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* , 110-117.
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi* , 168.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2005). *Teori Penangantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Suryahani, I., Anwar, N., & Sudjarwanto, D. (2011). Aplikasi Willingness To Pay: Proksi Terhadap Penentuan Harga (Model Empirik Dalam Estimasi Permintaan Air PDAM rumah Tangga Di Kabupaten Banyumas). *EKO-REGIONAL* , 107-116.
- Suwarso, N. H., & K, N. M. (2015). Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Pada Pertamina Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen* , Vol. 4, No. 10 : 3119-3145.

- Umar, H. (2015). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Waluyo, P., & Pamungkas, A. (2003). Analisis perilaku Brand Switching Konsumen Dalam Pembelian Produk Handhone Di Semarang. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* .
- Xie, B.-C., & Zhao, W. (2018). Willingness To Pay For Green Electricity In Tianjin, China: Based On The Contingent Valuation Method. *Journal Energy Policy* , Volume 114 : 98-107.
- Yakin, A. (2004). *Ekonomi Sumber Daya Alam Dan Lingkungan*. Jakarta: Akademika Presindo.