

**Pengaruh Inflasi, Kurs, Jumlah Uang Beredar, dan Pandemi COVID-19  
terhadap Indeks Kepercayaan Konsumen di Indonesia**

**SKRIPSI**



Oleh:

Nama : Muhammad Zubair

Nomor Mahasiswa : 17313117

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

2022

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sebaik-baiknya dan dapat dipastikan bahwa tidak terdapat adanya plagiasi dalam proses penyusunan skripsi seperti yang dimaksudkan dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Apabila di kemudian hari terdapat bukti bahwa pernyataan yang telah dibuat ini tidaklah benar, maka saya bersedia menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 12 September 2022

Penulis



Muhammad Zubair

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**Pengaruh Inflasi, Kurs, Jumlah Uang Beredar, dan Pandemi COVID-19  
terhadap Indeks Kepercayaan Konsumen di Indonesia**

Nama : Muhammad Zubair  
Nomor Mahasiswa : 17313117  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 12 September 2022

telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Suharto, S.E.,M.Si

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH INFLASI, KURS, JUMLAH UANG BEREDAR, DAN PANDEMI COVID-19  
TERHADAP INDEKS KEPERCAYAAN KONSUMEN DI INDONESIA**

Disusun Oleh : **MUHAMMAD ZUBAIR**  
Nomor Mahasiswa : **17313117**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: **Rabu, 19 Oktober 2022**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : **Suharto,,S.E., M.Si.**

Penguji : **Unggul Priyadi,Dr.,M.Si.**



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



**Johan Arifin, SE., M.Si.,Ph.D.,CFrA.**

## MOTTO

“You’ll Never Walk Alone”



## **PERSEMBAHAN**

Skripsi yang telah penulis susun ini dipersembahkan kepada:

1. Skripsi penulis persembahkan untuk penulis sendiri
2. Kedua orang tua penulis.
3. Kakak penulis Arif Rahman, Farida Aini dan Adik penulis Muh Saad dan Muh Hasan.
4. Seluruh pihak yang telah membantu selama penulis mengerjakan skripsi.



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas ridha serta kemudahan yang telah diberikan, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Inflasi, Kurs, Jumlah Uang Beredar, dan Pandemi COVID-19 terhadap Indeks Kepercayaan Konsumen di Indonesia” sebagai salah satu syarat agar dapat memperoleh gelar sarjana Strata S1 di Program Studi Ilmu Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Tujuan melakukan penelitian ini adalah agar dapat mengetahui sejauh mana perkembangan indeks kepercayaan konsumen melalui perubahan inflasi, kurs, jumlah uang beredar, dan dengan adanya pandemi COVID-19. Sehingga hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat menjadi bahan masukan kepada pemerintah dalam mengambil kebijakan, khususnya dalam upayanya untuk meningkatkan tingkat konsumsi yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan nasional.

Skripsi ini membahas mengenai bagaimana perubahan yang terjadi dalam tingkat inflasi, kurs, jumlah uang beredar, dan pandemi COVID-19 dapat memengaruhi indeks kepercayaan konsumen di Indonesia. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena kepuasan konsumen penting untuk dicapai oleh produsen agar konsumsi dapat terus dilakukan yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan nasional. Sehingga selain kepuasan konsumen tercapai, negara juga ikut mengalami peningkatan pembangunan ekonomi melalui kesejahteraan masyarakatnya. Oleh karena itu, apabila variabel yang digunakan ternyata memiliki suatu keterkaitan satu sama lain, maka pemerintah dapat mengambil kebijakan melalui yang berhubungan dengan variabel tersebut agar upaya peningkatan tingkat konsumsi dapat terus dilakukan.

Terdapat pihak-pihak yang senantiasa ikut memberi dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi dan oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak tersebut yang terdiri dari :

1. Bapak Suharto SE., M.si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan berbagai masukan, saran, dan arahan kepada penulis selama proses menyusun skripsi.
2. Prof. Jaka Sriyana, SE., Msi., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Dr. Sahabuddin Sidiq, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan.  
Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia dan seluruh staf pengajar yang telah berbagi ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama perkuliahan berlangsung di beberapa semester ini.
4. Bapak dan Ibu selaku orang tua terkasih yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis dapat lebih bersemangat dalam menyusun skripsi.
5. Abd Naufaldy, Andre, Majid, dan Icha selaku teman seperjuangan penulis selama menempuh kuliah.
6. Teguh Dwi dan Hendy Andy selaku teman masa kecil.

Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis sehingga kritik dan saran sangat dibutuhkan agar dapat menjadi bahan masukan bagi penulis.

Yogyakarta, 12 September 2022

Penulis,

Muhammad Zubair

## DAFTAR ISI

Halaman	Judul
.....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Halaman	Pengesahan
Skripsi.....	<b>Error! Bookmark not defined.ii</b>
Halaman	Pengesahan
Ujian.....	<b>iError! Bookmark not defined.</b>
Halaman	
Motto.....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
Halaman	
Persembahan.....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.i</b>	
Halaman	Kata
Pengantar.....	<b>Error! Bookmark not defined.i</b>
Halaman Daftar Isi.....	viii
Halaman	Daftar
.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Halaman	Daftar
Gambar.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Halaman	Daftar
Lampiran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Halaman		
Abstrak.....		<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
<b>BAB</b>		
<b>I.....</b>		<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
1.1	Latar	Belakang
Masalah.....		<b>Error! Bookmark</b>
<b>not defined.</b>		
1.2		Rumusan
Masalah.....		<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....		4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3.2 Manfaat Penelitian.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Sistematika Penulisan.....		5
<b>BAB</b>		<b>II</b>
.....		<b>Er</b>
<b>ror! Bookmark not defined.</b>		
2.1		Kajian
Pustaka.....		<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
2.2		Landasan
Teori.....		<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
2.2.1 Teori Permintaan .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Teori Penawaran.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3 Teori Konsumsi.....		14
2.2.4 Teori Permintaan Uang Keynes.....		16
2.2.5 Teori Inflasi.....		19
2.2.6 Pola Konsumsi Konsumen.....		19

2.3		Kerangka
Pemikiran.....		<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
2.3.1 Pengaruh Indeks Kepercayaan Konsumen Terhadap Inflasi.....	20	
2.3.2 Pengaruh Indeks Kepercayaan Konsumen Terhadap Kurs.....		<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
2.3.3 Pengaruh Indeks Kepercayaan Konsumen Terhadap JUB .....		<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
2.3.4 Pengaruh Indeks Kepercayaan Konsumen Terhadap Covid-19.....		<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
2.4		Hipotesis
Penelitian.....		<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
BAB		
III.....		<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
3.1	Jenis dan Cara	Pengumpulan
Data.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....		23
3.3 Definisi Variabel Operasional.....		23
3.2.1 Variabel Dependen .....		23
3.2.2 Variabel Independen.....		24
3.4 Metode Analisis .....		25
3.4.1 Uji Stasioner.....		25
3.4.2 Uji Kointegrasi.....		26
3.4.3 Error Correction Model.....		27
3.4.4 Evaluasi Hasil Regresi.....		27
3.4.4.1 Uji T-Statistik.....		27
3.4.4.2 Uji F-Statistik.....		28

3.4.5 Uji Koefisien Determinasi.....	28
3.4.6 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.4.6.1 Uji Multikolinearitas.....	29
3.4.6.2 Uji Autokorelasi.....	29
3.4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.4.6.4 Uji Normalitas.....	30
<b>BAB</b>	
<b>IV.....</b>	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
4.1	
Deskripsi	Data
Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	
Hasil	Analisis
Pembahasan.....	dan <b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1 Analisis Pengujian Error Correction Model (ECM).....	31
4.2.1.1 Uji Stasioneritas.....	31
4.2.1.2 Uji Kointegritas.....	33
4.3 Error Correction Model (ECM).....	34
4.4 Evaluasi Hasil Regresi.....	39
4.4.1 Uji Koefisien Determinasi.....	39
4.4.2 Uji F-Statistik.....	39
4.4.3 Uji T-Statistik.....	40
4.5 Uji Asumsi OLS.....	43
4.5.1 Uji Autokorelasi.....	43
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	44

4.5.3 Uji Normalitas.....	44
4.6 Interpretasi Hasil Analisis <i>Error Correction Model</i> .....	45
BAB V.....	48
5.1 KESIMPULAN .....	48
5.2 SARAN DAN IMPLIKASI.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50

### DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	2
Gambar 2.1.....	12
Gambar 2.2.....	14

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Pustaka.....	7
Tabel 4.1 Hasil Estimasi Uji Stasioneritas ADF pada tingkat level.....	32
Tabel 4.2 Hasil Estimasi Uji Stasioneritas ADF Pada Tingkat First Different.....	33
Tabel 4.3 Hasil Uji Stasioneritas Residual Regresi .....	34
Tabel 4.4 Hasil Regresi Jangka Panjang.....	35
Tabel 4.5 Hasil Regresi Jangka Pendek.....	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi.....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Data Penelitian.....	52
Lampiran II : Uji Stasioner Pada Tingkat Level.....	53
Lampiran III : Uji Stasioner Pada Tingkat 1st Different.....	56
Lampiran IV : Uji Kointegrasi.....	60
Lampiran V : Uji Autokorelasi Jangka Panjang.....	62
Lampiran VI : Uji Autokorelasi Jangka Pendek.....	63
Lampiran VII : Uji Heteroskedastisitas Jangka Panjang.....	64
Lampiran VIII : Uji Heteroskedastisitas Jangka Pendek .....	65
Lampiran IX : Uji Normalitas Jangka panjang.....	66
Lampiran X : Uji Normalitas Jangka pendek.....	67

## ABSTRAK

Indeks kepercayaan konsumen memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah maupun pada suatu negara. Indeks kepercayaan konsumen memiliki arti yang sangat penting dalam menentukan atau sebagai cerminan suatu perekonomian akan semakin membaik atau memburuk. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis bahwa Inflasi, Kurs, JUB, dan Pandemi Covid-19 memiliki pengaruh terhadap Indeks Kepercayaan Konsumen di Indonesia pada tahun 2019 – 2022. Metode dalam pengujian data yang di analisis oleh penulis dengan menggunakan metode Error Correction Model (ECM) , yaitu berupa data time series, dengan menggunakan data bulanan dari bulan Januari tahun 2019 hingga bulan desember tahun 2021. Hasil dari penelitian dalam jangka panjang inflasi memiliki pengaruh yang signifikan dan berhubungan positif terhadap indeks kepercayaan konsumen. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai tukar tidak signifikan dalam jangka panjang maupun jangka pendek sedangkan hasil dari penelitian Jumlah Uang Beredar dan Pandemi Covid -19 adalah signifikan terhadap indeks kepercayaan konsumen, sehingga hasilnya adalah Jumlah Uang Beredar dan Pandemi Covid -19 memengaruhi indeks kepercayaan konsumen dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang.

Kata Kunci : *Inflasi, Kurs, Jumlah Uang Beredar, dan Covid-19*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Pada masa pandemi Covid-19 yang telah banyak memengaruhi berbagai aspek kehidupan secara global, dalam dunia bisnis global bahkan lokal juga mengalami masalah yang timbul di berbagai negara. Banyaknya permasalahan yang muncul dalam masa pandemi seperti terjadinya banyak PHK di mana-mana, daya konsumsi masyarakat yang terbatas, menipisnya pilihan masyarakat dalam mengonsumsi suatu barang, dan adanya pembatasan proses produksi perusahaan karena adanya regulasi khusus yang diberikan oleh pemerintah terkait produksi perusahaan.

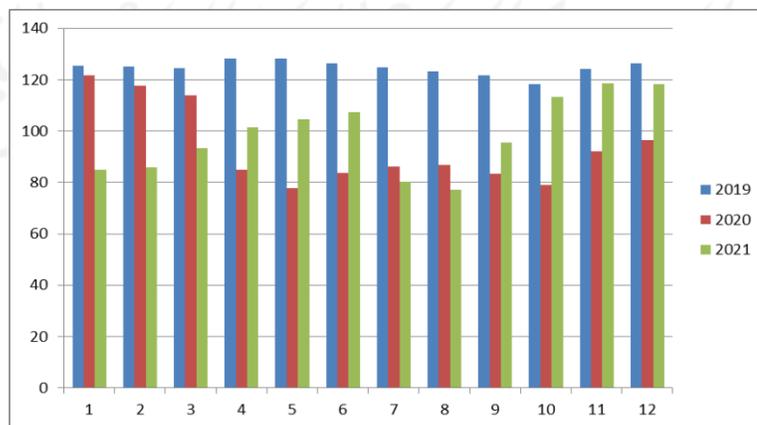
Pengaruh pandemi Covid-19 juga berdampak buruk terhadap perkembangan industri-industri kecil di daerah kecil. Industri di daerah kecil tidak dapat berkembang karena juga dampak dari regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah seperti adanya pembatasan jumlah orang dalam satu ruangan, pembatasan interaksi antar seseorang, dan juga munculnya permasalahan seperti terjadinya PHK karena adanya penurunan pendapatan dari industri tersebut. Dalam hal tersebut pemerintah memiliki kewajiban untuk melindungi hak setiap warga negara yang terdampak Covid-19 dalam hal perekonomiannya.

Selain itu juga dampak dari pandemi Covid-19 adalah terjadinya krisis dalam pertumbuhan ekonomi. Sehingga upaya pemerintah dalam menanggulangi permasalahan sosial juga menjadi terbatas dari adanya krisis tersebut. Karena hal tersebut permasalahan sosial seperti kemiskinan, masalah pendidikan, pengangguran, dan konsumsi masyarakat menjadi permasalahan yang lebih serius dari sebelumnya. Permasalahan Covid-19 juga memiliki dampak pada tingkat konsumsi masyarakat menjadi lebih terbatas. Pilihan dalam mengonsumsi suatu barang juga menjadi lebih sempit karena adanya beberapa faktor yang terjadi karena adanya permasalahan yang

timbul di masyarakat. Permasalahan yang timbul membuat masyarakat menjadi lebih berhati-hati dalam memilih dan membeli barang yang akan dikonsumsi oleh masyarakat.

Pemenuhan kebutuhan setiap individu dalam rumah tangga guna mengonsumsi sesuatu barang atau komoditi dari masa ke masa semakin banyak mengalami perubahan. Segala bentuk perubahan terhadap kebutuhan dari satu jenis barang yang sebelumnya adalah barang (komoditi) sekunder atau yang bisa dibilang barang yang seharusnya tidak menjadi opsi pertama untuk dikonsumsi, menjadi barang yang harus diprioritaskan atau yang paling awal untuk dikonsumsi atau bisa dibilang menjadi barang primer. Kebutuhan primer manusia yang terdiri dari sandang, pangan, dan papan adalah kebutuhan yang paling utama untuk dikonsumsi. Apabila kebutuhan tersebut tidak dapat terpenuhi dengan baik, maka seseorang tersebut sulit untuk meningkatkan kualitas hidupnya dan dapat menjadi indikasi bahwa orang tersebut masih di bawah garis kesejahteraan masyarakat. Dalam hal tersebut yang dimaksud adalah bagaimana suatu barang yang sebelumnya dikategorikan sebagai barang sekunder dapat berubah kebutuhannya menjadi barang primer yang selalu dibutuhkan setiap hari atau setiap saat.

**Tabel 1.1 Grafik Indeks Kepercayaan Konsumen  
2019-2021**



### **Ket : Di atas 100 poin optimis di bawah 100 poin pesimis**

Dalam grafik di atas ditunjukkan bahwa pada tahun 2019 indeks kepercayaan konsumen cenderung lebih stabil pada tiap bulannya. pada awal 2020 indeks kepercayaan konsumen masih menunjukkan pada tingkat stabil yaitu masih berada di angka lebih dari 100 poin. akan tetapi pada bulan ke 4 tahun 2020 indeks kepercayaan konsumen mulai mengalami penurunan di bawah 100 poin. hal tersebut terjadi karena adanya atau munculnya pandemi covid-19 yang terjadi secara global, dan indeks kepercayaan konsumen mengalami penurunan hingga akhir tahun 2020. Pada awal tahun 2021 dalam grafik menunjukkan bahwa indeks kepercayaan konsumen mengalami peningkatan pada tiga bulan pertama pada tahun 2021 walaupun masih berada di bawah 100 poin, akan tetapi pada bulan ke empat hingga bulan ke enam mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu berada di atas 100 poin, walaupun pada bulan ke tujuh hingga bulan ke sembilan mengalami penurunan, namun pada bulan ke sepuluh hingga bulan ke dua belas mengalami peningkatan kembali di atas 100 poin.

Hal seperti itu lah yang menarik untuk dikaji dan dianalisis mengapa hal tersebut bisa terjadi sedangkan di masa-masa sebelum pandemi covid-19 kebutuhan tersebut tidak terlalu dibutuhkan untuk kegiatan konsumsi sehari-hari. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah seberapa besar pertumbuhan ekonomi di masa pandemi covid-19 memengaruhi tingkat kepuasan individu sebelum terjadinya pandemi dan saat pandemi covid-19. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian tentang “Pengaruh Inflasi, Kurs, Jumlah Uang Beredar, dan Pandemi COVID-19 terhadap Indeks Kepercayaan Konsumen di Indonesia”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, maka peneliti menyusun dan menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh inflasi terhadap indeks kepercayaan konsumen?
2. Bagaimana pengaruh kurs terhadap indeks kepercayaan konsumen?
3. Bagaimana pengaruh jumlah uang beredar terhadap indeks kepercayaan konsumen?
4. Bagaimana pengaruh pandemi COVID-19 terhadap indeks kepercayaan konsumen?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inflasi terhadap indeks kepercayaan konsumen
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kurs terhadap indeks kepercayaan konsumen
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh jumlah uang beredar terhadap indeks kepercayaan konsumen
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pandemi COVID-19 terhadap indeks kepercayaan konsumen

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis, dapat mengetahui dan menilai apa saja faktor yang membuat indeks kepercayaan konsumen bisa berubah dalam kondisi tertentu, selain itu juga dapat dijadikan sebagai penambah wawasan dalam masalah ekonomi.

2. Bagi pemerintah, dapat digunakan sebagai suatu alat dalam pengambilan keputusan yang bersifat jangka pendek (sementara) atau jangka panjang, selain itu juga, dapat digunakan sebagai alat penyelesaian masalah.
3. Bagi pengusaha, dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam pemasaran suatu produk yang diminati oleh masyarakat, dalam kondisi maupun momen tertentu, sehingga dapat meningkatkan kualitas perusahaan.
4. Bagi masyarakat, dapat menambah wawasan bagaimana masyarakat bisa memilih barang yang sesuai dengan kebutuhannya.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan disusun sebagai gambaran tentang penjelasan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang terdiri dari:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Sebagai bab awal dari penelitian ini, pendahuluan terdiri dari gambaran awal tentang bagaimana penelitian disusun yang dimulai dari latar belakang dipilihnya penelitian ini hingga rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Bab ini terdiri dari kajian pustaka, landasan teori, dan hipotesis penelitian. Kajian pustaka berisi tentang berbagai kajian literatur yang bersumber dari beragam penelitian terdahulu yang pernah diteliti oleh peneliti lain, baik nasional maupun peneliti internasional. Selain itu, landasan teori menjelaskan teori-teori dasar yang menjadi pendukung dalam penelitian yang dilakukan. Sedangkan hipotesis penelitian berisi tentang jawaban sementara atas rumusan masalah yang telah disusun.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan ketika melakukan penelitian yang terdiri atas jenis dan cara pengumpulan data, definisi variabel operasional, metode analisis, hingga persamaan model penelitian.

#### **BAB IV : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi segala hasil penelitian setelah dilakukan pengujian sesuai dengan metode yang dipilih beserta dengan analisis dari temuan tersebut.

#### **BAB V : SIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang disusun berdasarkan hasil penelitian yang telah diringkas berupa jawaban atas penelitian yang telah dilakukan. Sedangkan implikasi berisi penjelasan tentang implikasi teoritis dan kebijakan guna menjadi pelengkap dari tujuan penelitian.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kajian Pustaka

Peneliti dari berbagai dunia telah melakukan penelitian yang berkaitan dengan indeks kepercayaan konsumen dengan memasukkan variabel yang berbeda-beda karena dipengaruhi oleh perbedaan faktor yang memengaruhi perkembangan pola konsumsi antara wilayah satu dengan wilayah lainnya. sehingga menyebabkan adanya perbedaan hasil penelitian pula.

No	Penulis dan Judul Penelitian	Metode dan Hasil Penelitian
1	Taufik Akbar, Edi Murdiyanto, dan Anita Sumelvia Dewi (2022). Sentimen Bisnis Dan Konsumen Dalam Siklus Ekonomi Indonesia.	Metode penelitian ini menggunakan VECM. Hasil penelitian ini adalah variabel inflasi dan variabel indeks harga saham tidak berpengaruh terhadap indeks kepercayaan konsumen. Variabel PMI berpengaruh terhadap indeks kepercayaan konsumen.
2	Nurlis (2010). Analisis Pengaruh SBI, Jumlah Uang Beredar, Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah terhadap Kinerja Reksa Dana Saham di Indonesia.	Metode penelitian ini menggunakan Analisis Statistik Deskriptif. Hasil penelitian ini adalah Variabel Tingkat Suku Bunga SBI, Jumlah Uang Beredar, Inflasi dan Nilai Tukar berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen dan kepercayaan investor.
3	Nanto Purnomo dan Sani Rusminah (2021). Membangun Kepercayaan Konsumen Di Masa Pandemi Covid - 19.	Metode penelitian ini menggunakan structural equation modeling (SEM). Hasil penelitian ini adalah Variabel Kualitas Website, Reputasi Vendor, dan Covid-19 berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen.

4	Handy Nugraha, Lukman Hakim, dan Dwi Prasetyani (2021). Analisis Pengaruh Indeks Keyakinan Konsumen, Suku Bunga, dan IHSG Terhadap Industri Reksa Dana Indonesia.	Metode penelitian ini menggunakan vector auto regression (VAR). Hasil penelitian ini adalah variabel indeks keyakinan konsumen, suku bunga, dan IHSG berpengaruh terhadap Industri reksa dana Indonesia.
5	Alvina Putri Nabilah, Karima Nurul Fitri, Rahmi Kharisma Primastuti, Rifqa Tsania Khoirunnisaa, Anju, Ernawati (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa	Metode penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik grafik . Hasil penelitian ini adalah variabel covid-19 berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi dan indeks kepercayaan konsumen
6	Novita Herlissha dan Tiara Fitari (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Di Era Pandemi Covid 19.	Metode penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah variabel digital marketing, kualitas produk, kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap Covid-19.
7	Risyda Aulia Syahidah (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Digital Marketing terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal di Masa Pandemi Covid 19.	Metode penelitian ini menggunakan regresi. Hasil penelitian ini adalah variabel viral marketing, digital marketing, dan covid-19 berpengaruh terhadap indeks kepercayaan konsumen

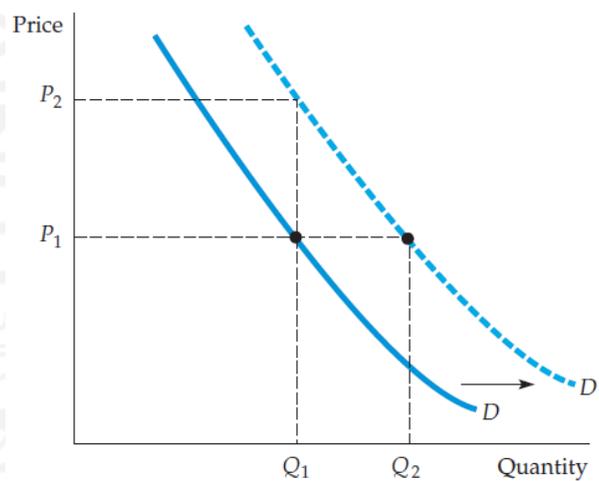
Berdasarkan berbagai jurnal di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk memiliki beberapa faktor yang penting. Dalam jurnal di atas disebutkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu barang atau produk memiliki beberapa faktor penting yaitu kualitas

produk itu sendiri, sumber daya manusia dalam hal pemasaran dan penyampaian informasi yang jelas, dan ada pada *switching cost* terhadap barang yang dijual, yang memiliki pengaruh yang signifikan.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Teori Permintaan

Permintaan merupakan bagian dari keinginan oleh konsumen untuk membeli suatu produk, baik berupa barang maupun jasa pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu. Menurut Kotler (1992:26) “Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli”. Dalam teori permintaan, menjelaskan bahwa terdapat ciri-ciri mengenai hubungan antara banyaknya jumlah permintaan barang dan jasa dengan tingkat harga. Oleh karena itu, terciptalah hukum permintaan yang menghubungkan



Gambar 2.1

banyaknya jumlah barang yang diminta dengan harga yang berlaku. Di mana, bunyi dari hukum permintaan adalah apabila tingkat harga suatu barang atau jasa

semakin rendah maka permintaan atas barang atau jasa akan semakin tinggi permintaan atas barang atau jasa tersebut, dan berlaku sebaliknya. Berdasarkan hubungan antara permintaan dan harga yang tercipta dalam hukum permintaan, maka terbentuklah kurva permintaan atas barang dan jasa seperti di bawah ini:

Apabila terjadi kenaikan pendapatan oleh konsumen namun pada tingkat harga yang sama, maka akan menyebabkan peningkatan permintaan atas barang normal. Sehingga, kurva permintaan tersebut di atas yang berslope negatif akan bergeser ke kanan dengan asumsi *ceteris paribus*. Sedangkan, pada barang inferior yang memiliki ciri khas bahwa kualitas dari barang tersebut relatif rendah, maka dengan terjadi kenaikan pendapatan justru akan menurunkan permintaan atas barang inferior tersebut. Dampaknya pada kurva permintaan adalah terjadi pergeseran ke kiri apabila terjadi kenaikan pendapatan namun dengan asumsi *ceteris paribus*. Sementara itu, pada barang netral, adanya perubahan pada pendapatan tidak akan memberikan pengaruh pada permintaan barang dan jasa.

### **2.2.2 Teori Penawaran**

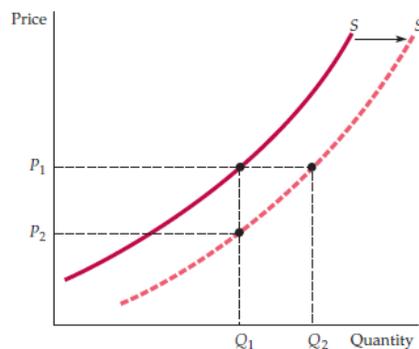
Dalam melakukan transaksi di pasar, syarat lainnya yang harus dipenuhi selain permintaan adalah adanya penawaran. Sehingga kepuasan konsumen hanya dapat tercapai apabila produsen dapat memenuhi permintaan tersebut dengan menyediakan barang dan jasa yang diminta. Perilaku produsen dalam usahanya untuk menawarkan suatu barang pada berbagai tingkat harga dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut:

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang lain (yang sejenis)
3. Biaya produksi
4. Teknologi

Jadi, hukum penawaran berbunyi “Semakin tinggi harga suatu barang, semakin banyak jumlah barang tersebut akan ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut ang ditawarkan”.

Berdasarkan hubungan tersebut, maka terbentuk lah kurva penawaran yang menghubungkan tingkat barang dan jasa yang ditawarkan pada berbagai tingkat harga di bawah ini:

Gambar 2.2



Dari kurva penawaran tersebut di atas, maka dapat dilihat bahwa ketika terjadi penurunan harga pada biaya produksi, produsen dapat memproduksi barang sebanyak jumlah yang sama ketika biaya produksi di awal. Atau produsen juga dapat memproduksi lebih banyak barang ketika biaya produksi murah agar dapat memperoleh keuntungan yang optimal. Hal ini sesuai dengan teori penawaran bahwa produsen akan memproduksi lebih banyak barang ketika biaya yang dikeluarkan lebih murah sedangkan akan menaikkan harga barang ketika biaya produksi yang dikeluarkan meningkat.

### 2.2.3 Teori Konsumsi

Perilaku konsumsi dalam mengonsumsi suatu jenis barang atau jasa, dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Menurut T Gilarso (2003:89) “Konsumsi merupakan titik pangkal dan tujuan akhir seluruh kegiatan ekonomi masyarakat” Oleh karena itu, konsumen memperhatikan beragam hal sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi. Seperti yang telah dijelaskan oleh Mankiw (2006) bahwa konsumsi dilakukan dengan tujuan untuk membelanjakan barang dan jasa yang dilakukan oleh rumah tangga. Di mana, barang yang dibelanjakan adalah barang rumah tangga yang sifatnya tahan lama. Selain itu, pembelian suatu kendaraan juga biasa dilakukan oleh rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sedangkan pembelian pada barang yang bersifat tidak tahan lama juga dilakukan, di mana jenis barang tersebut antara lain seperti makanan dan pakaian. Pembelian jasa dapat meliputi pembelian pada barang yang tidak berwujud konkret, seperti misalnya pembayaran biaya pendidikan pada anak. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumsi dapat berupa pembelian suatu barang dan jasa dengan tujuan untuk pemenuhan kebutuhan akan makanan dan minuman oleh rumah tangga.

Teori konsumsi lainnya disampaikan oleh John Maynard Keynes, di mana dalam analisisnya mengenai ekonomi makro, Keynes selalu mengedepankan variabel utamanya yakni konsumsi yang dipengaruhi oleh tingkat pendapatan suatu masyarakat. Dalam teorinya, Keynes mengajukan 3 asumsi pokok secara makro, yakni:

1. Kecenderungan mengonsumsi marginal (*marginal propensity to consume*) didefinisikan sebagai banyaknya yang dikonsumsi ketika terjadi penambahan pendapatan yang besarnya antara nol sampai dengan satu.

2. Keynes menyatakan bahwa suatu individu akan menurunkan tingkat konsumsi rata-ratanya (*average propensity to consume*) seiring dengan kenaikan pendapatan.
3. Keynes berpendapat bahwa pendapatan merupakan faktor yang dominan memengaruhi konsumsi sedangkan tingkat bunga tidak memiliki peranan penting dalam perubahan pola konsumsi.

Fungsi konsumsi yang disampaikan oleh Keynes secara makro mendeskripsikan hubungan antara pendapatan nasional dengan pengeluaran konsumsi pada tingkat harga yang konstan. Besarnya pendapatan yang ada merupakan pendapatan nasional yang diperoleh (*current national income*). Sedangkan Keynes menggunakan variabel pendapatan nasional dalam fungsi konsumsinya yang merupakan pendapatan nasional absolut.

James Dusenberry menjelaskan teori konsumsi menurutnya dalam Hipotesis Pendapatan Relatif, di mana menurutnya pengeluaran konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh tingginya pendapatan tertinggi yang pernah dicapai oleh konsumen tersebut. Sehingga apabila terjadi kenaikan pendapatan, maka konsumsi suatu masyarakat juga akan meningkat dengan proporsi sebesar tertentu. Sedangkan apabila masyarakat ingin terus meningkatkan konsumsinya maka ia harus mengurangi tingkat tabungannya.

Sebaliknya, apabila terjadi penurunan tingkat pendapatan, maka konsumen akan mengurangi tingkat konsumsinya di mana, besarnya proporsi penurunannya lebih rendah dibandingkan dengan proporsi kenaikan besarnya konsumsi ketika pendapatan meningkat (Guritno dan Algifari, 1998). Hal ini akan terus terjadi hingga besarnya tingkat pendapatan telah mencapai yang tertinggi. Dalam teori yang disampaikan Dusenberry, ia berasumsi bahwa:

1. Konsumsi suatu individu dipengaruhi oleh penghasilan saat ini dan penghasilan tertinggi pada periode sebelumnya. Asumsi ini dinamakan dengan *Ratchet Effect*.
2. Perilaku konsumsi suatu individu dipengaruhi oleh perilaku konsumsi di lingkungan sekitarnya. Asumsi ini dinamakan dengan *Demonstration Effect*.

#### **2.2.4 Teori Permintaan Uang Keynes**

John Maynard Keynes, dalam bukunya *The General Theory of Employment, Interest, and Money* yang terkenal di tahun 1936, ia berpendapat bahwa percepatan uang tidaklah konstan sehingga ia mengabaikan pendapat klasik yang demikian dan mengembangkan teori permintaan uang atas pandangan yang ia miliki yang disebut dengan teori preferensi likuiditas (*liquidity preference theory*) yang dilatarbelakangi oleh alasan seseorang memegang uang. Keynes pun menjawab pertanyaan tersebut melalui teori preferensi likuiditas ini dengan merumuskan tiga motif yang melatarbelakangi tujuan seseorang memegang uang.

##### **a. Motif Transaksi**

Menurut pandangan klasik, seseorang memegang uang karena uang tersebut digunakan sebagai alat pertukaran yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembelian barang dan jasa. Sama seperti klasik, Keynes menekankan bahwa permintaan uang dapat dipengaruhi oleh besarnya tingkat transaksi seseorang. Ia meyakini bahwa tingkat transaksi ini besarnya sama dengan jumlah pendapatan yang dimiliki oleh individu.

##### **b. Motif Berjaga-jaga**

Keynes berbeda dengan pandangan klasik dalam hal ini, di mana ia menyadari bahwa seseorang memegang uang tidak hanya digunakan untuk melakukan transaksi melainkan sebagai salah satu upaya untuk berantisipasi terhadap kebutuhan yang tak terprediksi di luar kebutuhan sehari-hari. Keynes meyakini bahwa jumlah uang yang

digunakan untuk berjaga-jaga dipengaruhi oleh tingkat transaksi yang akan mereka lakukan di masa depan. Oleh karena itu, ia berkesimpulan bahwa permintaan untuk berjaga-jaga besarnya sama dengan tingkat pendapatan suatu individu.

### c. Motif Spekulasi

Keyness berpandangan bahwa salah satu alasan seseorang untuk memegang uang disebabkan oleh adanya motif spekulasi, hal ini dapat terlihat ketika seseorang memegang uang sebagai alat penyimpan kekayaan. Oleh karena itu, kekayaan dan komponen spekulatif dari permintaan uang dapat memengaruhi pendapatan seseorang. Meskipun begitu, menurut Keyness, terdapat faktor lain yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menentukan besarnya uang yang dapat dipegang sebagai alat penyimpan kekayaan, yakni adanya suku bunga yang dapat memengaruhi keputusan tersebut.

Dalam motif ini, Keyness membagi dua aset yang dapat digunakan oleh individu untuk menyimpan kekayaannya, di mana terdapat dua aset, yakni uang dan obligasi. Ia pun menunjukkan alasan seseorang lebih memilih untuk memegang uang dibandingkan dengan memegang obligasi. Hal ini dikarenakan, adanya keyakinan dari individu bahwa suku bunga akan turun dari tingkat normalnya sewaktu-waktu sehingga apabila hal itu terjadi, maka individu akan mengalami kerugian modal ketika sedang memegang obligasi. Oleh karena itulah, seseorang lebih memilih untuk menjadikan uang sebagai nominal kekayaan mereka yang menyebabkan permintaan akan jumlah uang pun meningkat.

Sebaliknya, apabila terjadi peningkatan tingkat suku bunga dari nilai normalnya, maka individu akan lebih menyukai untuk memegang obligasi karena mengharapkan adanya tingkat pengembalian yang positif yang disebabkan oleh suku bunga yang meningkat. Dengan demikian, Keyness pun berkesimpulan bahwa ketika terjadi kenaikan pada suku bunga maka akan menyebabkan penurunan pada

permintaan uang yang berarti bahwa permintaan uang memiliki hubungan negatif dengan tingkat suku bunga.

Keynes memperhatikan bahwa ketika ketiga motif digabungkan bersama-sama, maka ia perlu membedakan antara jumlah nominal dan jumlah riil. Ia beralasan bahwa seseorang ingin memegang saldo uang riil dalam jumlah tertentu, di mana saldo uang riil atau jumlah uang dalam bentuk riil (real money balances) merupakan besarnya jumlah uang yang dipegang oleh masyarakat atas ketika menggabungkan ketiga motif secara bersama-sama yakni motif transaksi, motif berjaga-jaga, dan motif spekulasi yang kemudian berhubungan dengan pendapatan nasional dan suku bunga.

### **2.2.5 Teori Inflasi**

“Teori Keynes mengenai inflasi didasarkan atas teori makronya, dan menyoroti aspek lain dari inflasi“(Boediono, 1998: 170-171). Menurut teori ini, inflasi terjadi karena suatu masyarakat ingin hidup di luar batas kemampuan ekonominya. Proses inflasi, menurut pandangan ini, tidak lain 18 adalah proses perebutan bagian rejeki di antara kelompok-kelompok sosial yang menginginkan bagian yang lebih besar daripada yang bisa disediakan oleh masyarakat tersebut. Proses perebutan ini akhirnya diterjemahkan menjadi keadaan di mana permintaan masyarakat akan barang-barang selalu melebihi jumlah barang-barang yang tersedia (timbulnya apa yang disebut inflationary gap). Inflationary gap timbul karena adanya golongan-golongan masyarakat tersebut berhasil menerjemahkan aspirasi mereka menjadi permintaan yang efektif akan barang-barang.

Dengan kata lain, mereka berhasil memperoleh dana untuk mengubah aspirasinya menjadi rencana pembelian barang-barang yang didukung dengan dana. Golongan masyarakat seperti ini mungkin adalah pemerintah sendiri, yang berusaha

memperoleh bagian yang lebih besar dari output masyarakat dengan jalan menjalankan defisit dalam anggaran belanjanya yang dibiayai dengan mencetak uang baru. Golongan tersebut mungkin juga pengusaha-pengusaha swasta yang menginginkan untuk investasi-investasi baru dan memperoleh dana pembiayaannya dari kredit dari bank. Golongan tersebut biasa pula serikat buruh yang berusaha memperoleh kenaikan gaji bagi anggota-anggotanya melebihi kenaikan produktivitas buruh.

### **2.2.6 Pola Konsumsi Konsumen**

Pola konsumsi suatu individu dapat disebut sebagai suatu kondisi di mana terdapat kecenderungan melakukan pengeluaran oleh rumah tangga yang bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan melalui pertimbangan terhadap lingkungan dan kehidupan kebudayaan masyarakat. Sementara itu, pola konsumsi suatu individu sering dijadikan sebagai tolak ukur standar hidup seseorang. Sehingga pola konsumsi seseorang kemudian dipengaruhi oleh gengsi yang dapat memengaruhi standar hidup seseorang

## **2.3 Kerangka Pemikiran**

### **2.3.1 Pengaruh Indeks Kepercayaan Konsumen terhadap Inflasi**

Inflasi adalah kenaikan suatu harga barang atau jasa secara terus menerus dalam jangka waktu tertentu. Faktor terjadinya inflasi juga dipengaruhi oleh beberapa sebab yaitu karena adanya tingkat permintaan dan penawaran terhadap suatu barang yang dinilai diinginkan oleh banyak orang sehingga terjadi kenaikan harga karena jumlah permintaan terhadap barang tersebut melonjak. Jumlah uang yang beredar di masyarakat juga dapat memengaruhi tingkat inflasi, tergantung dengan tingkatannya.

Dalam situasi saat ini terjadinya kenaikan harga terhadap barang tertentu sudah menjadi suatu hal yang wajar, karena tingginya minat seseorang terhadap barang tersebut.

### **2.3.2 Pengaruh Indeks Kepercayaan Konsumen terhadap kurs**

Kurs adalah jumlah satuan atau unit dari mata uang tertentu yang diperlukan untuk memperoleh atau membeli satu unit atau sejenis mata uang lainnya. Kurs juga terbagi menjadi 2 yaitu nilai tukar nominal dan nilai tukar rill. Nilai nominal ditujukan sebagai alat untuk menunjukan harga yang berbeda antar negara. Nilai nominal rill menunjukkan sebagai alat rate/harga yang untuk diperjual belikan di antar negara.

Nilai tukar akan memperlancar kegiatan ekonomi dalam suatu negara dan berhubungan dengan negara lain. Karena fungsinya sangat vital dalam perdagangan antar negara maka perubahan nilai tukar akan berpengaruh langsung pada stabilitas harga barang-barang hasil impor. Kenaikan nilai tukar disebut depresiasi atas mata uang dalam negeri. Mata uang asing menjadi lebih mahal, ini berarti nilai relatif mata uang dalam negeri merosot turun.

### **2.3.3 Pengaruh Indeks Kepercayaan Konsumen terhadap JUB**

Jumlah uang beredar adalah uang dalam bentuk uang giral dan uang kartal yang dipegang dan digunakan masyarakat sebagai alat transaksi pembayaran sehari-hari (Boediono, 2000). Tingkat jumlah uang beredar di masyarakat dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti tingkat kurs mata uang dan juga besarnya tingkat suku bunga. Faktor tersebut juga mendorongnya apakah masyarakat akan menggunakan uangnya untuk dibelanjakan. Ketika tingkat suku bunga naik maka seseorang akan cenderung untuk menabung atau menginvestasikan uangnya dibandingkan untuk membeli barang lainnya. Sehingga hal tersebut dapat memicu kepercayaan seseorang dalam mengonsumsi sesuatu dengan lebih hati-hati.

### **2.3.4 Pengaruh Indeks Kepercayaan Konsumen terhadap masa pandemi covid-19**

Pandemi Covid-19 juga menimbulkan disrupsi yang kuat pada tatanan perdagangan internasional. Dari sisi penawaran (supply), kebijakan lockdown dan

working from home mengakibatkan berkurangnya tenaga kerja yang terlibat dalam aktivitas produksi. Kebijakan ini juga mengharuskan pemerintah untuk menutup pelabuhan air dan udara yang menghambat distribusi barang antar negara (Effendi, 2020).

Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari banyak masyarakat menggunakan platform online market sebagai pemenuhan kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder, sehingga aktivitas e-commerce mengalami peningkatan yang cukup pesat. Faktor tersebut juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

#### **2.4 Hipotesis Penelitian**

Dengan mengacu pada dasar pemikiran yang bersifat teoritis dan berdasarkan studi empiris yang bersifat sementara dan pernah dilakukan berkaitan dengan penelitian di bidang ini, maka akan dirumuskan hipotesis sebagai berikut ;

1. Inflasi diduga berpengaruh secara positif signifikan terhadap indeks kepercayaan konsumen di Indonesia sebelum dan saat terjadinya pandemi COVID 19.
2. Kurs diduga berpengaruh secara negatif terhadap indeks kepercayaan konsumen di Indonesia sebelum dan saat terjadinya pandemi COVID 19.
3. JUB diduga berpengaruh secara positif terhadap indeks kepercayaan konsumen di Indonesia sebelum dan saat terjadinya pandemi COVID 19.
4. Pandemi diduga berpengaruh secara negatif terhadap indeks kepercayaan konsumen di Indonesia sebelum dan saat terjadinya pandemi COVID 19.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Dan Cara Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data, terdapat dua jenis data dalam suatu penelitian yaitu dengan data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif merupakan data penelitian yang berbentuk angka numerik, seperti data tingkat inflasi, data jumlah uang yang beredar di masyarakat, indeks konsumsi manusia, dan lain sebagainya. Sedangkan data yang bersifat kualitatif adalah data yang ditanyakan dalam bentuk atribut, seperti merk terhadap produk, jenis kelamin seseorang, tingkat pendidikan, dan sebagainya (Widarjono, 2015).

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah menggunakan data sekunder dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data kuantitatif yang terdiri dari data bulanan periode 2019 hingga tahun 2021. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data inflasi yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), sedangkan data jumlah uang yang beredar dan data kurs diperoleh dari website Bank Indonesia, serta data indeks daya beli konsumsi diperoleh dari konsumsi dan pengeluaran Badan Pusat Statistik.

#### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dari data sekunder yang dapat diperoleh dari situs Bank Indonesia dan Badan Pusat Statistika. Data sekunder yang didapat berupa laporan keuangan dan data daya beli masyarakat.

#### **3.3 Definisi Variabel Operasional**

##### **3.3.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen merupakan variabel yang diestimasi berdasarkan dengan variabel lainnya, yaitu merupakan variabel independen (Widarjono, 2015). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah indeks daya beli konsumsi. Variabel ini digunakan untuk membandingkan perbedaan seseorang dalam mengonsumsi suatu kebutuhan saat terjadinya Covid dan sebelum terjadinya Covid. Selain itu variabel digunakan untuk mengukur daya beli konsumsi seseorang, apakah ada perubahan dalam gaya mengonsumsi sesuatu. Data yang disajikan dalam indeks daya beli konsumsi dalam bentuk bulanan dari tahun 2019 sampai tahun 2021.

### **3.3.2 Variabel Independen**

#### **1. Inflasi**

Inflasi adalah terjadinya perubahan suatu harga terhadap barang maupun jasa yang terjadi secara keseluruhan (Mankiw 2010). Dalam penelitian ini data inflasi didapatkan dari website Badan Pusat Statistik (BPS), data yang digunakan dalam bentuk bulanan dari tahun 2019 sampai tahun 2021 dan data inflasi dalam penelitian diartikan dalam bentuk persentase.

#### **2. Kurs**

Kurs atau nilai mata uang terjadi perubahan karena adanya inflasi terhadap jumlah uang yang beredar dan semakin cepat peredaran uang maka akan membuat nilai kurs dapat berubah (Irving Fisher). Menurut Krugmen (2000) nilai tukar merupakan suatu mata uang didefinisikan sebagai harga relatif dari mata uang negara lain, yang pergerakan nilai tukar tersebut dipengaruhi oleh faktor fundamental dan faktor non fundamental.

#### **3. Jumlah Uang Beredar**

Jumlah uang beredar adalah uang dalam bentuk uang giral dan uang kartal yang dipegang dan digunakan masyarakat sebagai alat transaksi pembayaran sehari-

hari (Boediono, 2000). Selain itu Menurut Rahardja (2004; 285) “Jumlah uang beredar adalah nilai keseluruhan uang yang berada ditangan masyarakat”. Jumlah uang beredar menjadi cerminan dan mengukur bahwa masyarakat banyak memegang uang secara tunai atau secara digital. Jumlah uang beredar juga dapat menentukan keadaan ekonomi suatu negara dan memengaruhi beberapa komponen perekonomian suatu negara.

#### **4. Pandemi COVID-19**

Corona Virus Disease 19 adalah penyakit menular yang baru ditemukan dan virus tersebut dikenal sebagai sindrom pernapasan akut (SARS-CoV-2) karena virus tersebut utamanya menyerang sistem pernapasan manusia. Virus ini pertama ditemukan terjadi di Wuhan, Cina pada bulan Desember tahun 2019, dan sekarang COVID-19 telah menjadi wabah yang menyerang secara global.

#### **3.4 Metode Analisis**

Data variabel penelitian diolah dengan menggunakan program software eviews versi 10. Metode analisis yang digunakan meliputi analisis uji statistika deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, pengujian hipotesis, uji T dan uji F. Bentuk model regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$LY_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 LX_{2t} + \beta_3 LX_{3t} + \beta_4 X_{4t} + e_t$$

Keterangan:

$LY_i$  : Indeks Kepercayaan Konsumen

$X_{1t}$  : Inflasi (Persentase)

$LX_{2t}$  : Kurs (Rupiah)

$LX_{3t}$  : Jumlah Uang Beredar (Miliar Rupiah)

$LX_{4t}$  : Pandemi COVID-19

### 3.4.1 Uji Stasioner

Tahapan awal yang dilakukan ialah uji stasioneritas agar dapat mengetahui data yang digunakan pada penelitian ini stasioner atau tidak stasioner. Pengujian dapat dilanjutkan apabila data yang dipilih mengandung stasioneritas. Uji akar unit atau *unit root test* digunakan untuk menguji stasioneritas pada data. Terdapat berbagai macam metode pengujian untuk mengetahui adanya stasioneritas dalam data yang digunakan untuk melakukan penelitian. Salah satu yang paling sering digunakan dalam beberapa tahun ini adalah uji akar unit (*unit root test*) yang dikembangkan pertama kali oleh Dickey-Fuller sehingga dikenal sebagai uji akar unit Dickey-Fuller (DF).

Jika hasil yang diperoleh adalah nilai tetap statistik DF lebih besar dari nilai kritisnya maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan mengandung stasioneritas. Sebaliknya, jika nilai tetap statistik DF lebih kecil dibandingkan dengan nilai kritisnya maka tidak terdapat stasioneritas pada data sehingga perlu dilanjutkan pada tingkat *first* dan *second difference* atau dapat disebut juga uji derajat integritas yang bertujuan agar dapat memperoleh data yang stasioner.

### 3.4.2 Uji Kointegrasi

Uji kointegrasi dilakukan agar dapat menguji integrasi keseimbangan dalam jangka panjang antar variabel yang digunakan. Uji kointegrasi hanya dapat diterapkan apabila variabel yang diuji memiliki stasioneritas data pada derajat integrasi yang sama. Terdapat berbagai jenis uji kointegrasi yang dapat digunakan ketika melakukan penelitian, salah satunya uji kointegrasi Bound Testing Approach yang digunakan dalam penelitian ini. Uji Bound Testing Approach dikembangkan oleh Pesaran, Shin, dan Smith yang didasarkan pada uji statistik F. Hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) terdiri dari:

$H_0 = \theta_1 = \theta_2 = \theta_3 = \theta_4 = \theta_5 = \theta_6 = \theta_7 = \theta_8 = 0$ , tidak terdapat kointegrasi

$H_a \neq \theta_1 \neq \theta_2 \neq \theta_3 \neq \theta_4 \neq \theta_5 \neq \theta_6 \neq \theta_7 \neq \theta_8 \neq 0$ , terdapat kointegrasi

Nilai F kritis yang diperoleh ketika melakukan uji kointegrasi Bound Testing Approach terdapat dua jenis, yakni lower bound or I(0) dan upper bound or I(1). Jika besarnya nilai F hitung lebih besar dari nilai upper bound maka terdapat kointegrasi antar variabel yang diteliti. Sebaliknya, jika nilai F hitung lebih kecil dari lower bound maka tidak terdapat kointegrasi. Sedangkan jika nilai F hitung terletak di antara lower bound dan upper bound maka tidak ada keputusan.

### **3.4.3 Error Correction Model (ECM)**

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak stasioner pada tingkat *level* namun stasioner pada tingkat *first difference*. Sehingga metode analisis yang digunakan untuk meneliti penelitian ini adalah metode *Error Correction Model* (ECM), di mana keunggulan dari metode ini yaitu lebih banyak variabel dalam menganalisis fenomena ekonomi jangka pendek serta jangka panjang.

### **3.4.4 Evaluasi Hasil Regresi**

#### **3.4.4.1 Uji T-statistik**

Uji T dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Pengujian statistik menggunakan uji hipotesis dua sisi, di mana apabila nilai probabilitas lebih kecil tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 10% maka variabel independen memengaruhi variabel dependen secara statistik. Sedangkan apabila nilai probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ )

sebesar 10% maka variabel independen tidak memengaruhi variabel dependen secara statistik.

#### **3.4.4.2 Uji F-statistik**

Untuk melihat adanya pengaruh antar semua variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen dapat menggunakan uji signifikansi model dengan uji F. Untuk memutuskan agar dapat menolak atau menerima hipotesis nol, dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 10%. Hipotesis nol menyatakan bahwa variabel independen yang digunakan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya hipotesis alternatifnya adalah bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel independen.

#### **3.4.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Ukuran kebaikan garis regresi atau dapat disebut juga koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk mengukur persentase total variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh garis regresi variabel independen. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Jika koefisien determinasi semakin mendekati satu maka garis regresi akan semakin baik karena dapat menjelaskan data aktualnya. Sebaliknya, jika besarnya nilai koefisien determinasi semakin mendekati nol maka garis regresi akan semakin kurang baik.

#### **3.4.6 Uji Asumsi Klasik**

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, maka terlebih dahulu melakukan pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini digunakan untuk memastikan regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi dasar. Rangkaian uji asumsi klasik antara lain sebagai berikut :

### 3.4.6.1 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011) bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Dalam identifikasi statistik, ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat diketahui dengan menghitung nilai tolerance dan nilai Variabel Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance  $> 0,10$  atau  $< 1$  dan VIF  $< 10$  maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

### 3.4.6.2 Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi yang terjadi antara anggota seri dari observasi-observasi yang diurutkan berdasarkan waktu (*time series*) atau tempat (*cross section*). Di antara berbagai uji autokorelasi yang tersedia, penelitian ini menggunakan Uji Breusch-Pagan-Godfrey. Di mana, hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0$  : tidak terdapat autokorelasi dalam model

$H_a$ : terdapat autokorelasi dalam model

Ada tidaknya autokorelasi dapat dideteksi dengan membandingkan probabilitas *Chi-Square* dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 10%. Jika besarnya probabilitas *Chi-Square* lebih besar dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 10% maka dapat disimpulkan bahwa autokorelasi tidak terdapat dalam model yang digunakan. Sebaliknya jika besarnya probabilitas *Chi-Square* lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 10% maka terdapat autokorelasi pada model.

### 3.4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Suatu penelitian dapat dikatakan memenuhi salah satu asumsi *Classical Linear Regression Model* (CLRM) apabila faktor gangguan  $u_i$  bersifat homoskedastik

yang berarti sama (homo) dan persebaran (spread/scedasticity), di mana error variance memiliki variasi yang sama atau konstan. Metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah Uji Breusch-Pagan-Godfrey. Hipotesis yang digunakan terdiri dari:

$H_0$  : tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model

$H_a$  : terdapat heteroskedastisitas dalam model

Di mana jika besarnya probabilitas *Chi-Square* lebih besar dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 10% maka terdapat gejala heteroskedastisitas pada model yang digunakan. Sedangkan jika besarnya probabilitas *Chi-Square* lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 10%, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

#### **3.4.6.4 Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan sebagai prasyarat untuk melakukan analisis data. Uji normalitas dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal.

Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji statistik Kolmogorov Smirnov (K-S) yang dilakukan dengan membuat.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Data Penelitian

Skripsi ini meneliti mengenai pengaruh pandemi COVID-19 terhadap indeks kepercayaan konsumen Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independent dan variabel dependen, di mana variabel independen terdiri atas inflasi, kurs, jumlah uang beredar, sedangkan variabel dependen adalah indeks kepercayaan konsumen pada tahun 2019 hingga 2021. Metode ECM dipilih sebagai metode yang digunakan untuk menguji variabel-variabel tersebut melalui *software* Eviews 10. Langkah dalam mengestimasi menggunakan metode ECM dimulai dari pengujian tingkat stasioners pada setiap variabel, kemudian melihat ada tidaknya kointegrasi antar variabel melalui *F Bound Test*, hingga mulai untuk melakukan pengujian ECM. Setelah itu, evaluasi hasil regresi digunakan sebagai pendukung hasil pengujian menggunakan metode ECM yang telah dilakukan. Evaluasi tersebut terdiri dari interpretasi besarnya koefisien determinasi yang dihasilkan, uji F, uji T, hingga pengujian asumsi klasik yang meliputi uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

#### 4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan

##### 4.2.1 Analisis Pengujian *Error Correction Model* (ECM)

###### 4.2.1.1 Uji Stasioneritas

Pengujian stasioneritas dilakukan dengan menggunakan *Augmented Dickey-Fuller* (ADF) *test* dengan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha=10\%$  pada tingkat *level*, *first difference*, dan *second difference* untuk melihat stasioneritas pada masing-masing variabel. Untuk mengetahui ada tidaknya *unit root* dalam data *time series* maka hipotesis yang digunakan terdiri dari:

$H_0: \phi = 0$ , data tidak stasioner

$H_a: \phi < 0$ , data stasioner

**Tabel 4.1**

**Hasil Estimasi Uji Stasioneritas *Augmented Dickey-Fuller* (ADF)  
Pada tingkat level**

Variabel	Nilai ADF t-statistik	Probabilitas	Keterangan
Y	-2.132892	0.2337	Tidak Stasioner
X1	-0.998217	0.7414	Tidak Stasioner
X2	-4.252710	0.0020	Stasioner
X3	1.511279	0.9990	Tidak stasioner
X4	-1.234130	0.6485	Tidak Stasioner

Sumber: Hasil Olah Data menggunakan Eviews 10, diolah (2022)

Berdasarkan uji statistik *Augmented Dickey-Fuller* yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa hanya variabel kurs yang stasioner pada tingkat level, di mana besarnya nilai probabilitas yang dihasilkan adalah 0,0020 lebih kecil dari besarnya tingkat signifikansi 10% sehingga menolak hipotesis nol yang berarti data stasioner. Oleh karena masih terdapat variabel lainnya yang tidak stasioner, maka perlu dilakukan pengujian akar unit pada tingkat *first difference* agar dapat memperoleh data yang stasioner.

**Tabel 4.2**

**Hasil Estimasi Uji Stasioneritas *Augmented Dickey-Fuller* (ADF)**

**Pada tingkat *first difference***

Variabel	Nilai ADF t-statistik	Probabilitas	Keterangan
Y	-5.014874	0.0003	Stasioner
X1	-3.893322	0.0056	Stasioner
X2	-5.385674	0.0000	Stasioner
X3	-7.294726	0.0000	Stasioner
X4	-5.830952	0.0000	Stasioner

Sumber: Hasil Olah Data menggunakan Eviews 10, diolah (2022)

Setelah dilakukan pengujian akar unit menggunakan *Augmented Dickey Fuller* (ADF) didapatkan hasil bahwa besarnya nilai ADF statistic untuk keseluruhan variabel besarnya kurang dari tingkat signifikansi 10% sehingga dapat menolak hipotesis nol yang berarti keseluruhan variabel telah stasioner. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model yang tepat untuk digunakan dalam menguji penelitian ini adalah model *Error Correction Model* (ECM) karena keseluruhan data stasioner pada tingkat yang sama, yakni pada tingkat *first difference*.

#### **4.2.1.2 Uji Kointegrasi**

Untuk mendeteksi adanya kointegrasi antar variabel dilakukan dengan menguji kointegrasi menggunakan *Engle Granger test*. Hipotesis yang digunakan terdiri dari:

$H_0 = \theta_1 = \theta_2 = \theta_3 = \theta_4 = \theta_5 = 0$ , tidak terdapat kointegrasi

$H_a \neq \theta_1 \neq \theta_2 \neq \theta_3 \neq \theta_4 \neq \theta_5 \neq 0$ , terdapat kointegrasi

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Stasioneritas Residual Regresi**

Variabel	Nilai ADF t-statistik	Probabilitas	Keterangan
RES	-3.683954	0.0089	Stasioner

Sumber: Hasil Olah Data menggunakan Eviews 10, diolah (2022)

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa residual regresi stasioner, yaitu dengan melihat besarnya nilai probabilitas 0,0089 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat kointegrasi dalam model penelitian yang digunakan. Adanya kointegrasi tersebut mengartikan bahwa terdapat hubungan atau keseimbangan dalam jangka panjang pada variabel tersebut. Sedangkan, dalam jangka pendek, masih terdapat kemungkinan adanya ketidakseimbangan dalam variabel, sehingga metode selanjutnya yang digunakan adalah metode *Error Correction Model*.

**4.3 Error Correction Model (ECM)**

Metode *Error Correction Model* yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Error Correction Model* yang dipopulerkan oleh Engle-Granger, di mana hal pertama yang perlu dilakukan adalah dengan melakukan regresi persamaan jangka panjang yang kemudian dilanjutkan dengan mengestimasi persamaan jangka pendek.

**a. Analisis Jangka Panjang**

**Tabel 4.4**

**Hasil Regresi Jangka Panjang**

Dependent Variable: LY  
Method: Least Squares  
Date: 07/18/22 Time: 21:18  
Sample: 2019M01 2021M12  
Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-8.241023	9.976645	-0.826032	0.4151
X1	0.099660	0.047377	2.103563	0.0436
LX2	-0.592634	0.636997	-0.930356	0.3594
LX3	1.161045	0.376755	3.081698	0.0043
X4	0.320972	0.098668	3.253043	0.0028
R-squared	0.751426	Mean dependent var	4.644100	
Adjusted R-squared	0.719352	S.D. dependent var	0.179564	
S.E. of regression	0.095126	Akaike info criterion	-1.738979	
Sum squared resid	0.280519	Schwarz criterion	-1.519046	
Log likelihood	36.30162	Hannan-Quinn criter.	-1.662217	
F-statistic	23.42780	Durbin-Watson stat	1.194382	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Hasil Olah Data menggunakan Eviews 10, diolah (2022)

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa persamaan dalam jangka panjang adalah sebagai berikut:

$$Y = -8.241023 + 0.099660X1 - 0.592634LX2 + 1.161045LX3 + 0.320972X4$$

Hasil analisis pada masing-masing variabel yang didasarkan atas persamaan tersebut dapat dijelaskan di bawah ini:

1. Inflasi

Besarnya nilai koefisien adalah sebesar 0.099660 yang berarti inflasi berhubungan positif dengan indeks kepercayaan konsumen, di mana nilai probabilitas yang

diperoleh adalah sebesar 0.0436 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga dapat disimpulkan bahwa inflasi signifikan memengaruhi indeks kepercayaan konsumen dalam jangka panjang.

## 2. Kurs

Besarnya nilai koefisien adalah sebesar -0.592634 yang berarti kurs berhubungan negatif dengan indeks kepercayaan konsumen, di mana nilai probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0.3594 lebih besar dari tingkat signifikansi 10% sehingga dapat disimpulkan bahwa kurs tidak signifikan memengaruhi indeks kepercayaan konsumen dalam jangka panjang.

## 3. Jumlah Uang Beredar

Besarnya nilai koefisien adalah sebesar 1.161045 yang berarti Jumlah Uang Beredar berhubungan positif dengan indeks kepercayaan konsumen, di mana nilai probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0.0043 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga dapat disimpulkan bahwa Jumlah Uang Beredar signifikan memengaruhi indeks kepercayaan konsumen dalam jangka panjang.

## 4. Pandemi COVID-19

Besarnya nilai koefisien adalah sebesar 0.320972 yang berarti pandemi COVID-19 berhubungan positif dengan indeks kepercayaan konsumen, di mana nilai probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0.0028 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga dapat disimpulkan bahwa pandemi COVID-19 signifikan memengaruhi indeks kepercayaan konsumen dalam jangka panjang.

### **b. Analisis Jangka Pendek**

Selanjutnya adalah membentuk variabel koreksi kesalahan (EC) dari residual hasil regresi persamaan jangka Panjang yang telah dilakukan. Setelah itu, pengujian persamaan jangka pendek dapat dilakukan dengan memasukkan variabel ECT ke

dalam model sebagai variabel independen. Berikut adalah hasil regresi persamaan jangka pendek *Error Correction Model*:

**Tabel 4.5**

**Hasil Regresi Jangka Pendek**

Dependent Variable: D(LY)  
 Method: Least Squares  
 Date: 07/18/22 Time: 21:22  
 Sample (adjusted): 2019M02 2021M12  
 Included observations: 35 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.019104	0.015834	-1.206520	0.2374
D(X1)	0.088955	0.061372	1.449435	0.1579
D(LX2)	-0.309165	0.433962	-0.712423	0.4819
D(LX3)	2.526066	1.041429	2.425576	0.0217
D(X4)	0.185769	0.103493	1.794988	0.0831
RES(-1)	-0.560458	0.161803	-3.463820	0.0017
R-squared	0.472304	Mean dependent var	-0.001688	
Adjusted R-squared	0.381321	S.D. dependent var	0.099108	
S.E. of regression	0.077955	Akaike info criterion	-2.110569	
Sum squared resid	0.176232	Schwarz criterion	-1.843938	
Log likelihood	42.93496	Hannan-Quinn criter.	-2.018528	
F-statistic	5.191167	Durbin-Watson stat	1.580922	
Prob(F-statistic)	0.001600			

Sumber: Hasil Olah Data menggunakan Eviews 10, diolah (2022)

Berdasarkan estimasi tersebut, didapatkan hasil persamaan regresi jangka pendek sebagai berikut:

$$\Delta D(LY) = -0.019104 + 0.088955\Delta D(X1) - 0.309165\Delta D(LX2) + 2.526066\Delta D(LX3) + 0.185769\Delta D(X4) - 0.560458RES(-1)$$

Hasil analisis pada masing-masing variabel yang didasarkan atas persamaan tersebut dapat dijelaskan di bawah ini:

#### 1. Inflasi

Besarnya nilai koefisien adalah sebesar 0.088955 yang berarti inflasi berhubungan positif dengan indeks kepercayaan konsumen, di mana nilai probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0.1579 lebih besar dari tingkat signifikansi 10% sehingga dapat disimpulkan bahwa inflasi tidak signifikan memengaruhi indeks kepercayaan konsumsi dalam jangka pendek.

#### 2. Kurs

Besarnya nilai koefisien adalah sebesar -0.309165 yang berarti kurs berhubungan negatif dengan indeks kepercayaan konsumen di mana nilai probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0.4819 lebih besar dari tingkat signifikansi 10% sehingga dapat disimpulkan bahwa kurs tidak signifikan memengaruhi indeks kepercayaan konsumsi dalam jangka pendek.

#### 3. Jumlah Uang Beredar

Besarnya nilai koefisien adalah sebesar 2.526066 yang berarti Jumlah Uang Beredar berhubungan positif dengan indeks kepercayaan konsumen di mana nilai probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0.0217 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga dapat disimpulkan bahwa Jumlah Uang Beredar signifikan memengaruhi indeks kepercayaan konsumsi dalam jangka pendek.

#### 4. Pandemi COVID-19

Besarnya nilai koefisien adalah sebesar 0.185769 yang berarti pandemi COVID-19 berhubungan positif dengan indeks kepercayaan konsumen, di mana nilai probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0.0831 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10%

sehingga dapat disimpulkan bahwa pandemi COVID-19 signifikan memengaruhi indeks kepercayaan konsumen dalam jangka pendek.

#### 5. Koefisien RES(-1)

Besarnya nilai koefisien RES adalah sebesar  $-0.560458$  di mana nilai probabilitas yang diperoleh adalah sebesar  $0.0017$  lebih kecil dari tingkat signifikansi  $10\%$  sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi signifikan dan memiliki hubungan yang negatif dalam jangka pendek.

### 4.4 Evaluasi Hasil Regresi

#### 4.4.1 Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa besarnya koefisien determinan pada jangka panjang adalah sebesar  $0,751426$  yang artinya variabel indeks kepercayaan konsumen dijelaskan oleh variabel inflasi, kurs, jumlah uang beredar, dan pandemi covid-19 sebesar  $75,14\%$  dan sisanya sebesar  $24,86\%$  dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa besarnya koefisien determinan pada jangka pendek adalah sebesar  $0,472304$  yang artinya variabel indeks kepercayaan konsumen dijelaskan oleh variabel inflasi, kurs, jumlah uang beredar, dan pandemi covid-19 sebesar  $47,23\%$  dan sisanya sebesar  $52,77\%$  dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

#### 4.4.2 Uji F-Statistik

Uji F merupakan pengujian variabel independen secara bersama-sama. Dalam regresi jangka panjang, nilai probabilitas F-statistik sebesar  $0,000000$  yang lebih kecil dari tingkat signifikansi  $10\%$  sehingga menolak hipotesis nol yang berarti variabel inflasi, kurs, jumlah uang beredar, dan pandemic covid-19 secara bersama-sama atau serentak berpengaruh signifikan terhadap indeks kepercayaan konsumen.

Sedangkan dalam jangka pendek, nilai probabilitas F-statistik adalah sebesar 0,001600 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga menolak hipotesis nol yang berarti variabel inflasi, kurs, jumlah uang beredar, dan pandemic covid-19 secara bersama-sama atau serentak berpengaruh signifikan terhadap indeks kepercayaan konsumen.

#### 4.4.3 Uji T

##### a. Uji T dalam jangka panjang

##### 1. Inflasi

$H_0: \beta_1 = 0$ , Inflasi tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

$H_a: \beta_1 \neq 0$ , Inflasi memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

Besarnya probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0,0436 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga menolak hipotesis nol yang berarti inflasi memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik.

##### 2. Kurs

$H_0: \beta_2 = 0$ , Kurs tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

$H_a: \beta_2 \neq 0$ , Kurs memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

Besarnya probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0,3594 lebih besar dari tingkat signifikansi 10% sehingga gagal menolak hipotesis nol yang berarti kurs tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik.

##### 3. Jumlah Uang Beredar

$H_0: \beta_3 = 0$ , Jumlah uang beredar tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

$H_a: \beta_3 \neq 0$ , Jumlah uang beredar memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

Besarnya probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0,0043 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga menolak hipotesis nol yang berarti jumlah uang beredar memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik.

#### **4. Pandemi COVID-19**

$H_0: \beta_4 = 0$ , pandemic covid-19 tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

$H_a: \beta_4 \neq 0$ , pandemic covid-19 memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

Besarnya probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0,0028 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga menolak hipotesis nol yang berarti pandemic covid-19 memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik.

#### **b. Uji T dalam jangka pendek**

##### **1. Inflasi**

$H_0: \beta_1 = 0$ , Inflasi tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

$H_a: \beta_1 \neq 0$ , Inflasi memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

Besarnya probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0,1579 lebih besar dari tingkat signifikansi 10% sehingga menolak hipotesis nol yang berarti inflasi tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik.

##### **2. Kurs**

$H_0: \beta_2 = 0$ , Kurs tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

$H_a: \beta_2 \neq 0$ , Kurs memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

Besarnya probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0,4819 lebih besar dari tingkat signifikansi 10% sehingga gagal menolak hipotesis nol yang berarti kurs tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik.

### **3. Jumlah Uang Beredar**

$H_0: \beta_3 = 0$ , Jumlah uang beredar tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

$H_a: \beta_3 \neq 0$ , Jumlah uang beredar memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

Besarnya probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0,0217 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga menolak hipotesis nol yang berarti jumlah uang beredar memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik.

### **4. Pandemi COVID-19**

$H_0: \beta_4 = 0$ , pandemic covid-19 tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

$H_a: \beta_4 \neq 0$ , pandemic covid-19 memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik

Besarnya probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0,0831 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga menolak hipotesis nol yang berarti pandemic covid-19 memengaruhi indeks kepercayaan konsumen secara statistik.

## 4.5 Uji Asumsi OLS

### 4.5.1 Uji Autokorelasi

Uji yang digunakan dalam mengetahui ada tidaknya autokorelasi dalam penelitian ini adalah Uji Breush-Pagan-Godfrey dengan membandingkan probabilitas *Chi-Square* dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 10%, di mana hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0$  : tidak terdapat autokorelasi dalam model

$H_a$ : terdapat autokorelasi dalam model

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Autokorelasi**

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	8,073363	Prob. F(2,89)	0,0016
Obs*R-squared	12,87540	Prob. Chi-Square(2)	0,0016

Sumber: Hasil Olah Data menggunakan Eviews 10, diolah (2022)

Besarnya probabilitas chi-square(2) yang diperoleh sebesar 0,0016 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% sehingga gagal menolak hipotesis nol yang berarti tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi.

#### 4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Breush-Pagan-Godfrey dipilih untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yang dilakukan dengan membandingkan besarnya probabilitas *Chi-Square* yang dihasilkan dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 10% , di mana hipotesis yang digunakan terdiri dari:

$H_0$  : tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model

$H_a$ : terdapat heteroskedastisitas dalam model

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	0,881789	Prob. F(23,91)	0,4862
Obs*R-squared	3,677614	Prob. Chi-Square(23)	0,4514
Scaled explained SS	2,278011	Prob. Chi-Square(23)	0,6848

Sumber: Hasil Olah Data menggunakan Eviews 10, diolah (2022)

Besarnya probabilitas chi-square adalah sebesar 0,6848 lebih besar dari tingkat signifikansi 10% sehingga gagal menolak hipotesis nol yang berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam jangka panjang.

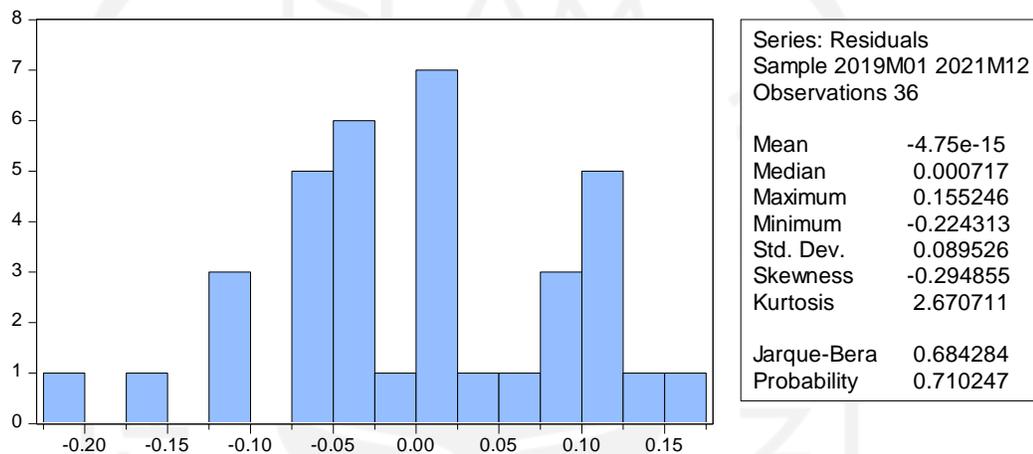
#### 4.5.3 Uji Normalitas

Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan histogram dari residual dengan membandingkan besarnya *Jarque-Bera* dan probabilitas yang dihasilkan ketika melakukan pengolahan data, di mana hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0$  : distribusi *error* yang normal

$H_a$ : distribusi *error* yang tidak normal

**Gambar 4.8**



*Sumber: Hasil Olah Data menggunakan Eviews 10, diolah (2022)*

Besarnya nilai Jarque-Bera sebesar 0,684284 dan nilai probabilitas 0,710247 lebih besar dari tingkat signifikansi 5% sehingga gagal menolak hipotesis nol yang berarti data terdistribusi secara normal dalam jangka panjang.

#### **4.6 Interpretasi Hasil Analisis *Error Correction Model***

##### **1. Analisis Pengaruh Inflasi terhadap Indeks Kepercayaan Konsumen**

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa dalam jangka panjang inflasi signifikan dan berhubungan positif terhadap indeks kepercayaan konsumen. Artinya, apabila terjadi kenaikan harga pada barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat, maka indeks keyakinan konsumen akan

meningkat. Hal ini dapat terjadi pada barang yang dikategorikan sebagai barang primer, di mana apabila terjadi kenaikan harga yang kemudian dapat menyebabkan kelangkaan, dapat mendorong konsumen untuk memiliki lebih banyak barang tersebut.

Sedangkan, dalam jangka pendek, diperoleh hasil bahwa inflasi tidak signifikan memengaruhi indeks kepercayaan konsumen. Artinya, apabila terjadi penurunan atau kenaikan harga dalam jangka pendek, tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen dalam melakukan konsumsi. Hal ini dapat terjadi karena, harga dapat terasa perubahannya dalam jangka panjang, di mana dalam jangka waktu yang pendek harga cenderung konstan sehingga tidak dapat memengaruhi indeks kepercayaan konsumen.

## **2. Analisis Pengaruh Kurs terhadap Indeks Kepercayaan Konsumen**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa nilai tukar tidak signifikan dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Adanya hubungan yang tidak signifikan ini dapat disebabkan oleh berbagai macam faktor, salah satunya adalah pergerakan kurs ketika mengalami kenaikan atau penurunan tidak memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan transaksinya. Sebaliknya, transaksi dengan negara lain, sebagian besar hanya dilakukan oleh pengekspor atau pengimpor yang melakukan transaksi besar-besaran. Masyarakat yang umumnya hanya melakukan transaksi di dalam negeri tidak memperhitungkan perubahan kurs, sehingga kenaikan atau penurunannya tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen.

## **3. Analisis Pengaruh Jumlah Uang Beredar terhadap Indeks Kepercayaan Konsumen**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek, jumlah uang beredar berpengaruh positif dan

signifikan terhadap indeks kepercayaan konsumen. Hal ini dapat terjadi karena semakin banyak jumlah uang yang beredar di masyarakat, mengindikasikan semakin banyak masyarakat yang melakukan konsumsi. Salah satu faktor penyebabnya adalah adanya kenaikan pendapatan masyarakat sehingga jumlah uang yang dipegang meningkat yang kemudian meningkatkan jumlah uang beredar.

#### **4. Analisis Pengaruh Pandemi COVID-19 terhadap Indeks Kepercayaan Konsumen**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil yang diperoleh adalah bahwa adanya pandemi COVID-19 memiliki hubungan positif dan signifikan dalam memengaruhi indeks kepercayaan konsumen baik dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek. Artinya, ketika perkembangan pandemi COVID-19 semakin tinggi maka indeks kepercayaan konsumen akan semakin tinggi. Hal ini dapat terjadi pada produk-produk yang dimodifikasi agar aman dikonsumsi sehingga terhindar dari paparan COVID-19. Produk yang dimodifikasi tersebut antara lain meliputi produk makanan yang didesain untuk dapat dikonsumsi di rumah, di mana masih terjaga kenikmatannya. Selain itu, produk barang lainnya yang sudah disterilkan sehingga terbebas dari COVID-19.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis *Error Correction Model* (ECM) mengenai Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Indeks Kepercayaan Konsumen dari tahun 2019 – 2021 dapat disimpulkan :

1. Variabel inflasi memiliki pengaruh terhadap indeks kepercayaan konsumen. Kenaikan harga secara umum akan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat dalam menentukan komoditi apa saja yang akan dikonsumsi oleh masyarakat, selain itu inflasi juga menjadi suatu indikator dalam melihat kemampuan daya beli masyarakat umum.
2. Variabel kurs tidak memiliki pengaruh terhadap indeks kepercayaan konsumen. Kurs atau nilai tukar dalam sistem ditentukan pada mekanisme pasar akan tetapi, masyarakat yang umumnya hanya melakukan transaksi di dalam negeri terkadang tidak memperhitungkan perubahan kurs, sehingga kenaikan atau penurunannya tidak memengaruhi indeks kepercayaan konsumen.
3. Variabel JUB memiliki pengaruh terhadap indeks kepercayaan konsumen. Peningkatan upah pada masyarakat juga menjadi salah satu penyebab jumlah uang beredar dimasyarakat menjadi meningkat, karena ketika upah mengalami kenaikan sehingga semakin banyak masyarakat yang melakukan konsumsi uang yang beredar dimasyarakat juga semakin banyak.
4. Variabel COVID-19 memiliki pengaruh terhadap indeks kepercayaan konsumen. Konsumsi masyarakat dalam masa pandemi COVID-19 persentase uang yang dikeluarkan lebih cenderung untuk memenuhi kebutuhan hidup

yang bersifat primer dan mendesak sehingga mengkorbankan kebutuhan yang bersifat tersier.

## 5.2 **Saran**

Saran dan implikasi dari penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Indeks Kepercayaan Konsumen adalah :

1. Dengan munculnya Pandemi Covid-19 dari awal tahun 2020 memengaruhi indeks kepercayaan konsumen dalam menentukan keputusan seseorang untuk mengonsumsi suatu barang yang dibutuhkan. Dalam hal ini pemerintah khususnya menteri perdagangan dan menteri perekonomian harus bisa memberikan opsi kepada atau jalur alternatif terhadap konsumen agar konsumen bisa mendapatkan kebutuhan yang diinginkan dan tepat sasaran dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat.
2. Penelitian ini perlu dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel-variabel khusus agar masalah mengenai indeks kepercayaan konsumen dapat menjadi acuan untuk mengatasi masalah lainnya. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya seperti suku bunga, APBD, atau variabel GDP.

## Daftar Pustaka

- Algifari, Guritno Mangkoesoebroto. 1998. Teori Ekonomi Makro. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Agus Widarjono. Ph. D. (2015). Statistika Terapan Edisi Pertama. Yogyakarta: UPP. STIM YKPN.
- Arka, Ni LuhGede Ari Luwihadi Sudarsana. “DETERMINAN JUMLAH UANG BEREDAR DAN TINGKAT INFLASI DI INDONESIA PERIODE 1984-2014.” *EP-Jurnal EP Unud*, 6 [4], 2014: 533-563.
- Boediono. (1990). Ekonomi Moneter, Edisi Ketiga, Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Boediono. 1998. Ekonomi Moneter. Yogyakarta: BPFE.
- Boediono, (2000), Ekonomi Internasional, BFFE, Yogyakarta.
- BPS.2020 “inflasi.” <https://www.bps.go.id/subject/3/inflasi.html#subjekViewTab1>, diakses pada September 2022 pukul 9.38.
- Dewi, Taufik Akbar Edi Murdiyanto Anita Sumelvia. “SENTIMEN BISNIS DAN KONSUMEN DALAM SIKLUS EKONOMI.” *Volume V Nomor 1, ISSN : 2685-4716, E ISSN : 2746-282X*, 2022: 32-47.
- Febianti, Yopi Nisa. “PENAWARAN DALAM EKONOMI MAKRO.” *VOL 3 NO 1*, 2015: 159-166.
- Fitari, Novita Herlissha Tiara. “Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap MinatBeli Di Era Pandemi Covid 19.” *Vol. 09 No (02)*, 2021: 47-59.
- Gilarso, T., 2003, Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro, Edisi Revisi, Kanisius, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. (1992). Marketing, jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta.

- Krugman. paul R, & Maurice Obstfeld. 2000. Ekonomi Internasional, Teori dan Kebijakan. Rajawali Pers. Jakarta.
- Latifah Zulfa, Retno Hidayati. “ANALISIS PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KUALITAS SITUS WEB,DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSANPEMBELIAN KONSUMEN E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA SEMARANG.” *Volume 7, Nomor 3, Tahun 2018*, 2018: 1-11.
- Mankiw, N. Gregory. “Principles of Macroeconomics.” *SEVENTH EDITION* , 2015: 1-576.
- Mankiw, N. Gregory. 2006. Pengantar Teori Ekonomi Makro. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Martha, Eka Wahyuning Dhewanty Evy Sulistianingsih Shantika. “ANALISIS KOINTEGRASI DAN ERROR CORRECTION MODEL INDEKS HARGA KONSUMEN KOTA PONTIANAK DAN SINGKAWANG.” *Volume 08, No. 1*, 2019: 97-102.
- Meliana, Sulistiono Budi Setiawan. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.” *Vol. 1 No. 3*, 2013: 247-253.
- Octavia, Azalia Calvina. “PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI FLAMINGGO COLLECTION.” *Edunomika – Vol. 05, No. 02* , 2021: 709-725.
- “Pengaruh Viral Marketing dan Digital Marketing terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian PadaProduk Skincare Lokal di Masa Pandemi Covid 19.” *Vol. 1 • No. 2 •*, 2021: 827-837.
- Prasetyani<sup>3</sup>, Handy Nugraha Lukman Hakim Dwi. “Analisis Pengaruh Indeks Keyakinan Konsumen, Suku Bunga, dan HSG Terhadap Industri Reksa Dana Indonesia.” 2021: 33-40.
- Pujoharso, Cahyo. “APLIKASI TEORI KONSUMSI KEYNES TERHADAP POLA KONSUMSI MAKANAN MASYARAKAT INDONESIA.” *UNIVERSITAS BRAWIJAYA*, 2013: 1-18.

- R Rahardja, Pratama & Mandala Manurung. "Pengantar Ilmu Ekonomi". Lembaga Penerbit FEUI, Jakarta, 2004.
- Rohmah, Ainur. "PANDEMI COVID-19 DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI INDONESIA." *Vol.1 No.7*, 2020: 1373-1377.
- Rusminah, Nanto Purnomo Sani. "Membangun kepercayaan konsumen dalam waktu pandemi Covid-19." *Vol 12, No. 1, 2021*, 2021: 192-197.
- Syahidah, Risyda Aulia "Pengaruh Viral Marketing dan Digital Marketing terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal di Masa Pandemi Covid 19." *Vol. 1 • No. 2 •*, 2021: 827-837.
- Saputro, Putri Yuni Astuti Dewi R. S. "Kointegrasi dan Estimasi Error Correction Model (ECM)-Engle-Granger." *ISSN: 2407-7496*, 2018: 131-135.
- Ulfa, Siti Aminah. "PENGARUH JUMLAH UANG BEREDAR (JUB), SUKU BUNGA SERTIFIKAT BANK INDONESIA IMPOR, EKSPOR TERHADAP KURS RUPIAH/DOLLAR AMERIKA SERIKAT PERIODE JANUARI 2006 SAMPAI MARET 2010." *UNNES*, 2011: 12-39.

## Lampiran

Lampiran I : Data Indeks keyakinan konsumen, inflasi, kurs, jub, dan dummy

Bulan	IKK	INFLASI	KURS	JUB	DUMMY
	y	x1	x2	x3	x4
Jan-19	125,5	2,82	14537	5644985,17	1
Feb-19	125,1	2,57	14048	5670777,57	1
Mar-19	124,5	2,48	14040	5747246,82	1
Apr-19	128,1	2,83	14166	5746731,77	1
May-19	128,2	3,32	14316	5860508,75	1
Jun-19	126,4	3,28	14313	5908509,27	1
Jul-19	124,8	3,32	14069	5941133,10	1
Aug-19	123,1	3,49	14132	5934561,51	1
Sep-19	121,8	3,39	14261	6004277,17	1
Oct-19	118,4	3,13	14278	6026908,50	1
Nov-19	124,2	3	14136	6074377,02	1
Dec-19	126,4	2,72	14192	6136776,54	1
Jan-20	121,7	2,68	13825	6047998,56	1
Feb-20	117,7	2,98	13646	6118513,75	1
Mar-20	113,8	2,96	14485	6441495,23	0
Apr-20	84,8	2,67	16824	6236651,02	0
May-20	77,8	2,19	15179	6465361,63	0
Jun-20	83,8	1,96	14429	6391611,86	0
Jul-20	86,2	1,54	14588	6566671,34	0
Aug-20	86,9	1,32	14786	6730993,74	0
Sep-20	83,4	1,42	14878	6748814,34	0
Oct-20	79	1,44	14690	6782146,98	0
Nov-20	92	1,59	14128	6821198,06	0
Dec-20	96,5	1,68	14105	6905939,30	0
Jan-21	84,9	1,55	14014	6767407,65	0
Feb-21	85,8	1,38	13991	6817787,91	0
Mar-21	93,4	1,37	14442	6895564,12	0
Apr-21	101,5	1,42	14656	6964386,49	0
May-21	104,4	1,68	14525	7004093,08	0
Jun-21	107,4	1,33	14363	7130061,42	0
Jul-21	80,2	1,52	14611	7160560,33	0
Aug-21	77,3	1,59	14528	7211500,72	0

Sep-21	95,5	1,6	14352	7300920,64	0
Oct-21	113,4	1,66	14392	7491704,38	0
Nov-21	118,5	1,75	14332	7573319,90	0
Dec-21	118,3	1,87	14449	7870452,85	0

## LAMPIRAN II

### Uji Stasioner Pada Level

Null Hypothesis: Y has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 1 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-2.132892	0.2337
Test critical values: 1% level	-3.639407	
5% level	-2.951125	
10% level	-2.614300	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation

Dependent Variable: D(Y)

Method: Least Squares

Date: 06/30/22 Time: 17:11

Sample (adjusted): 2019M03 2021M12

Included observations: 34 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Y(-1)	-0.184651	0.086573	-2.132892	0.0410
D(Y(-1))	0.329426	0.167418	1.967689	0.0581
C	19.18499	9.192052	2.087128	0.0452
R-squared	0.180141	Mean dependent var	-0.200000	
Adjusted R-squared	0.127247	S.D. dependent var	9.504226	
S.E. of regression	8.878968	Akaike info criterion	7.289345	
Sum squared resid	2443.918	Schwarz criterion	7.424024	

Log likelihood	-120.9189	Hannan-Quinn criter.	7.335274
F-statistic	3.405685	Durbin-Watson stat	1.804327
Prob(F-statistic)	0.046021		

Null Hypothesis: X1 has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 1 (Automatic - based on SIC, maxlag=8)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-0.998217	0.7414
Test critical values: 1% level	-3.661661	
5% level	-2.960411	
10% level	-2.619160	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation  
 Dependent Variable: D(X1)  
 Method: Least Squares  
 Date: 06/30/22 Time: 17:10  
 Sample (adjusted): 2019M03 2021M12  
 Included observations: 31 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X1(-1)	-0.053545	0.053641	-0.998217	0.3267
D(X1(-1))	0.354007	0.178284	1.985631	0.0569
C	0.105864	0.129578	0.816996	0.4208

R-squared	0.133943	Mean dependent var	-0.030968
Adjusted R-squared	0.072082	S.D. dependent var	0.227000
S.E. of regression	0.218666	Akaike info criterion	-0.110779
Sum squared resid	1.338813	Schwarz criterion	0.027994
Log likelihood	4.717068	Hannan-Quinn criter.	-0.065542
F-statistic	2.165214	Durbin-Watson stat	1.929229
Prob(F-statistic)	0.133553		

Null Hypothesis: X2 has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 1 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-4.252710	0.0020
Test critical values: 1% level	-3.639407	
5% level	-2.951125	
10% level	-2.614300	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation

Dependent Variable: D(X2)

Method: Least Squares

Date: 06/30/22 Time: 17:10

Sample (adjusted): 2019M03 2021M12

Included observations: 34 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X2(-1)	-0.775143	0.182270	-4.252710	0.0002
D(X2(-1))	0.322951	0.167767	1.925004	0.0634
C	11178.54	2627.091	4.255104	0.0002

R-squared	0.371110	Mean dependent var	11.79412
Adjusted R-squared	0.330536	S.D. dependent var	566.5389
S.E. of regression	463.5465	Akaike info criterion	15.19979
Sum squared resid	6661137.	Schwarz criterion	15.33447
Log likelihood	-255.3964	Hannan-Quinn criter.	15.24572
F-statistic	9.146580	Durbin-Watson stat	1.944316
Prob(F-statistic)	0.000755		

Null Hypothesis: X3 has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 1 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	1.511279	0.9990
Test critical values: 1% level	-3.639407	

5% level	-2.951125
10% level	-2.614300

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation  
 Dependent Variable: D(X3)  
 Method: Least Squares  
 Date: 06/30/22 Time: 17:11  
 Sample (adjusted): 2019M03 2021M12  
 Included observations: 34 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X3(-1)	0.047536	0.031454	1.511279	0.1408
D(X3(-1))	-0.400220	0.184504	-2.169164	0.0379
C	-222.5449	203.5760	-1.093178	0.2827
R-squared	0.157879	Mean dependent var		64.58824
Adjusted R-squared	0.103549	S.D. dependent var		100.9354
S.E. of regression	95.56671	Akaike info criterion		12.04162
Sum squared resid	283122.9	Schwarz criterion		12.17630
Log likelihood	-201.7076	Hannan-Quinn criter.		12.08755
F-statistic	2.905910	Durbin-Watson stat		1.893949
Prob(F-statistic)	0.069711			

### LAMPIRAN III

#### Uji Stasioner Pada Tingkat 1st Different

Null Hypothesis: D(Y) has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 1 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-5.014874	0.0003
Test critical values:		
1% level	-3.646342	
5% level	-2.954021	
10% level	-2.615817	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation

Dependent Variable: D(Y,2)

Method: Least Squares

Date: 06/30/22 Time: 17:12

Sample (adjusted): 2019M04 2021M12

Included observations: 33 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(Y(-1))	-1.043368	0.208055	-5.014874	0.0000
D(Y(-1),2)	0.381172	0.169814	2.244638	0.0323
C	-0.260081	1.558100	-0.166922	0.8686
R-squared	0.467209	Mean dependent var		0.012121
Adjusted R-squared	0.431690	S.D. dependent var		11.86322
S.E. of regression	8.943253	Akaike info criterion		7.306184
Sum squared resid	2399.453	Schwarz criterion		7.442230
Log likelihood	-117.5520	Hannan-Quinn criter.		7.351959
F-statistic	13.15363	Durbin-Watson stat		2.019140
Prob(F-statistic)	0.000079			

Null Hypothesis: D(X1) has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=8)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-3.893322	0.0056
Test critical values: 1% level	-3.661661	
5% level	-2.960411	
10% level	-2.619160	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation

Dependent Variable: D(X1,2)

Method: Least Squares

Date: 06/30/22 Time: 17:13  
 Sample (adjusted): 2019M03 2021M12  
 Included observations: 31 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(X1(-1))	-0.680727	0.174845	-3.893322	0.0005
C	-0.017167	0.039992	-0.429261	0.6709
R-squared	0.343267	Mean dependent var		0.012258
Adjusted R-squared	0.320621	S.D. dependent var		0.265276
S.E. of regression	0.218652	Akaike info criterion		-0.140326
Sum squared resid	1.386457	Schwarz criterion		-0.047811
Log likelihood	4.175056	Hannan-Quinn criter.		-0.110169
F-statistic	15.15796	Durbin-Watson stat		1.908807
Prob(F-statistic)	0.000534			

Null Hypothesis: D(X2) has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 1 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-6.385674	0.0000
Test critical values: 1% level	-3.646342	
5% level	-2.954021	
10% level	-2.615817	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation  
 Dependent Variable: D(X2,2)  
 Method: Least Squares  
 Date: 06/30/22 Time: 17:13  
 Sample (adjusted): 2019M04 2021M12  
 Included observations: 33 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(X2(-1))	-1.524324	0.238710	-6.385674	0.0000
D(X2(-1),2)	0.429742	0.162698	2.641345	0.0130

C	11.31966	92.97218	0.121753	0.9039
R-squared	0.621145	Mean dependent var	3.787879	
Adjusted R-squared	0.595888	S.D. dependent var	840.0385	
S.E. of regression	534.0108	Akaike info criterion	15.48522	
Sum squared resid	8555026.	Schwarz criterion	15.62126	
Log likelihood	-252.5061	Hannan-Quinn criter.	15.53099	
F-statistic	24.59299	Durbin-Watson stat	2.210241	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Null Hypothesis: D(X3) has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-7.294726	0.0000
Test critical values: 1% level	-3.639407	
5% level	-2.951125	
10% level	-2.614300	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation  
 Dependent Variable: D(X3,2)  
 Method: Least Squares  
 Date: 06/30/22 Time: 17:13  
 Sample (adjusted): 2019M03 2021M12  
 Included observations: 34 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(X3(-1))	-1.337733	0.183384	-7.294726	0.0000
C	83.72974	19.68301	4.253908	0.0002
R-squared	0.624471	Mean dependent var	7.911765	
Adjusted R-squared	0.612735	S.D. dependent var	156.6193	
S.E. of regression	97.46511	Akaike info criterion	12.05389	
Sum squared resid	303982.4	Schwarz criterion	12.14367	
Log likelihood	-202.9161	Hannan-Quinn criter.	12.08451	
F-statistic	53.21302	Durbin-Watson stat	1.793404	

Prob(F-statistic) 0.000000

#### LAMPIRAN IV

#### Uji Kointegrasi

Dependent Variable: LY  
Method: Least Squares  
Date: 07/18/22 Time: 21:18  
Sample: 2019M01 2021M12  
Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-8.241023	9.976645	-0.826032	0.4151
X1	0.099660	0.047377	2.103563	0.0436
LX2	-0.592634	0.636997	-0.930356	0.3594
LX3	1.161045	0.376755	3.081698	0.0043
X4	0.320972	0.098668	3.253043	0.0028
R-squared	0.751426	Mean dependent var		4.644100
Adjusted R-squared	0.719352	S.D. dependent var		0.179564
S.E. of regression	0.095126	Akaike info criterion		-1.738979
Sum squared resid	0.280519	Schwarz criterion		-1.519046
Log likelihood	36.30162	Hannan-Quinn criter.		-1.662217
F-statistic	23.42780	Durbin-Watson stat		1.194382
Prob(F-statistic)	0.000000			

Null Hypothesis: RES has a unit root  
Exogenous: Constant  
Lag Length: 1 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-4.916474	0.0003
Test critical values: 1% level	-3.639407	
5% level	-2.951125	
10% level	-2.614300	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation

Dependent Variable: D(RES)

Method: Least Squares

Date: 07/18/22 Time: 21:19

Sample (adjusted): 2019M03 2021M12

Included observations: 34 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
RES(-1)	-0.903977	0.183867	-4.916474	0.0000
D(RES(-1))	0.410586	0.164126	2.501651	0.0179
C	-0.005624	0.013384	-0.420187	0.6772
R-squared	0.439400	Mean dependent var		-0.000855
Adjusted R-squared	0.403232	S.D. dependent var		0.100756
S.E. of regression	0.077835	Akaike info criterion		-2.184364
Sum squared resid	0.187805	Schwarz criterion		-2.049686
Log likelihood	40.13420	Hannan-Quinn criter.		-2.138435
F-statistic	12.14894	Durbin-Watson stat		2.017141
Prob(F-statistic)	0.000127			

Dependent Variable: D(LY)

Method: Least Squares

Date: 07/18/22 Time: 21:22

Sample (adjusted): 2019M02 2021M12

Included observations: 35 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.019104	0.015834	-1.206520	0.2374
D(X1)	0.088955	0.061372	1.449435	0.1579
D(LX2)	-0.309165	0.433962	-0.712423	0.4819
D(LX3)	2.526066	1.041429	2.425576	0.0217
D(X4)	0.185769	0.103493	1.794988	0.0831
RES(-1)	-0.560458	0.161803	-3.463820	0.0017
R-squared	0.472304	Mean dependent var		-0.001688
Adjusted R-squared	0.381321	S.D. dependent var		0.099108
S.E. of regression	0.077955	Akaike info criterion		-2.110569

Sum squared resid	0.176232	Schwarz criterion	-1.843938
Log likelihood	42.93496	Hannan-Quinn criter.	-2.018528
F-statistic	5.191167	Durbin-Watson stat	1.580922
Prob(F-statistic)	0.001600		

## LAMPIRAN V

### Uji Autokorelasi Jangka Panjang

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	8.073363	Prob. F(2,29)	0.0016
Obs*R-squared	12.87540	Prob. Chi-Square(2)	0.0016

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 07/18/22 Time: 21:34

Sample: 2019M01 2021M12

Included observations: 36

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	15.02534	9.108667	1.649565	0.1098
X1	0.036939	0.040527	0.911468	0.3696
LX2	-1.090666	0.598873	-1.821196	0.0789
LX3	-0.294256	0.320679	-0.917601	0.3664
X4	-0.125323	0.088340	-1.418644	0.1667
RESID(-1)	0.687007	0.183006	3.754017	0.0008
RESID(-2)	-0.489879	0.171855	-2.850529	0.0080

R-squared	0.357650	Mean dependent var	-4.75E-15
Adjusted R-squared	0.224750	S.D. dependent var	0.089526
S.E. of regression	0.078826	Akaike info criterion	-2.070490
Sum squared resid	0.180191	Schwarz criterion	-1.762583
Log likelihood	44.26882	Hannan-Quinn criter.	-1.963022
F-statistic	2.691121	Durbin-Watson stat	1.850487
Prob(F-statistic)	0.033552		

## LAMPIRAN VI

### Uji Autokorelasi Jangka Pendek

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	2.868803 Prob. F(2,27)	0.0742
Obs*R-squared	6.134114 Prob. Chi-Square(2)	0.0466

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 07/18/22 Time: 21:28

Sample: 2019M02 2021M12

Included observations: 35

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.004339	0.015116	0.287034	0.7763
D(X1)	0.000117	0.062704	0.001859	0.9985
D(LX2)	-0.265626	0.440201	-0.603420	0.5513
D(LX3)	-0.842989	1.076937	-0.782766	0.4406
D(X4)	-0.085189	0.103777	-0.820884	0.4189
RES(-1)	-0.191024	0.329260	-0.580160	0.5666
RESID(-1)	0.522931	0.365353	1.431305	0.1638
RESID(-2)	-0.285457	0.248537	-1.148549	0.2608
R-squared	0.175260	Mean dependent var		3.17E-18
Adjusted R-squared	-0.038561	S.D. dependent var		0.071995
S.E. of regression	0.073370	Akaike info criterion		-2.188971
Sum squared resid	0.145345	Schwarz criterion		-1.833463
Log likelihood	46.30700	Hannan-Quinn criter.		-2.066250
F-statistic	0.819658	Durbin-Watson stat		2.051983
Prob(F-statistic)	0.579450			

## LAMPIRAN VII

### Uji Heteroskedastisitas Jangka Panjang

#### Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	0.881789 Prob. F(4,31)	0.4862
Obs*R-squared	3.677614 Prob. Chi-Square(4)	0.4514
Scaled explained SS	2.278011 Prob. Chi-Square(4)	0.6848

#### Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 07/18/22 Time: 21:35

Sample: 2019M01 2021M12

Included observations: 36

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.569612	1.078612	-0.528097	0.6012
X1	0.002478	0.005122	0.483879	0.6319
LX2	-0.004582	0.068868	-0.066531	0.9474
LX3	0.039317	0.040732	0.965264	0.3419
X4	-0.002616	0.010667	-0.245259	0.8079

R-squared	0.102156	Mean dependent var	0.007792
Adjusted R-squared	-0.013695	S.D. dependent var	0.010215
S.E. of regression	0.010284	Akaike info criterion	-6.188123
Sum squared resid	0.003279	Schwarz criterion	-5.968189
Log likelihood	116.3862	Hannan-Quinn criter.	-6.111360
F-statistic	0.881789	Durbin-Watson stat	1.477331
Prob(F-statistic)	0.486193		

## LAMPIRAN VIII

### Uji Heteroskedasticity jangka pendek

#### Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	0.506922	Prob. F(5,29)	0.7686
Obs*R-squared	2.813143	Prob. Chi-Square(5)	0.7288
Scaled explained SS	2.906781	Prob. Chi-Square(5)	0.7144

#### Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 07/18/22 Time: 21:29

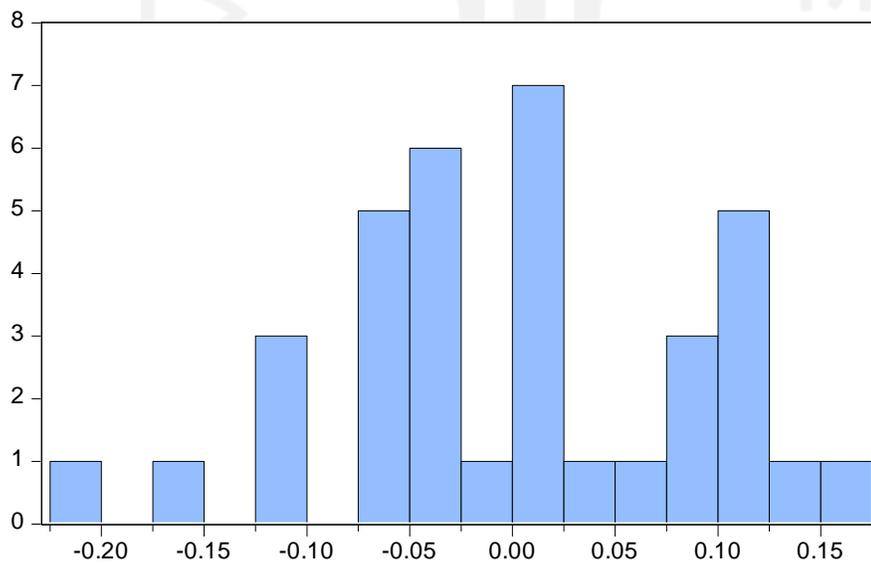
Sample: 2019M02 2021M12

Included observations: 35

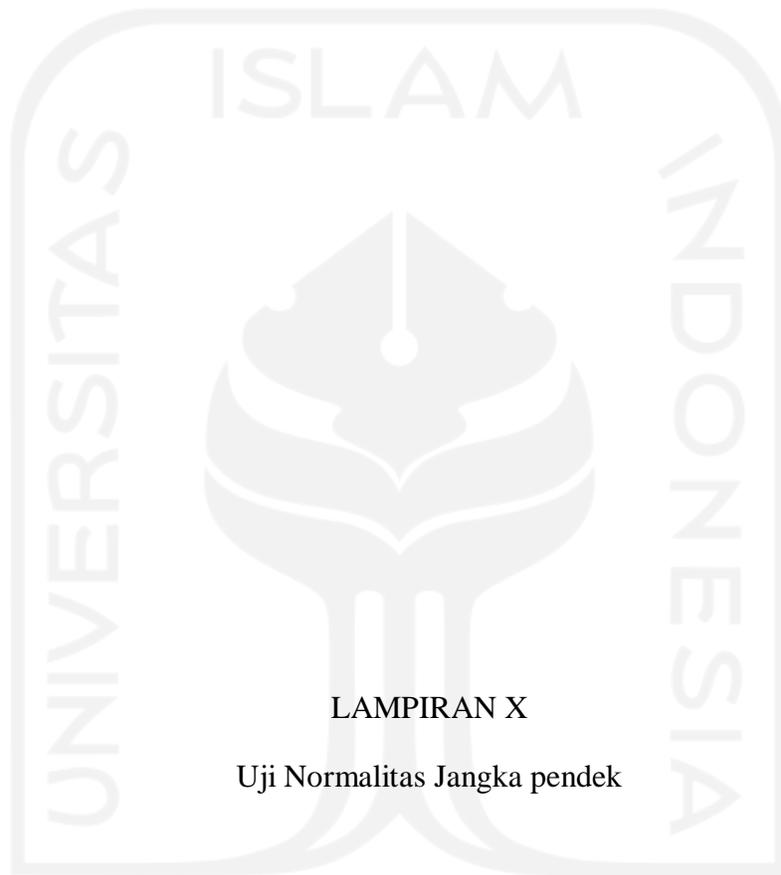
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.004995	0.001869	2.671800	0.0122
D(X1)	0.004724	0.007246	0.652011	0.5195
D(LX2)	-0.046216	0.051234	-0.902057	0.3745
D(LX3)	0.024813	0.122953	0.201810	0.8415
D(X4)	0.001286	0.012219	0.105231	0.9169
RES(-1)	0.019453	0.019103	1.018358	0.3169
R-squared	0.080376	Mean dependent var		0.005035
Adjusted R-squared	-0.078180	S.D. dependent var		0.008864
S.E. of regression	0.009203	Akaike info criterion		-6.383667
Sum squared resid	0.002456	Schwarz criterion		-6.117036
Log likelihood	117.7142	Hannan-Quinn criter.		-6.291626
F-statistic	0.506922	Durbin-Watson stat		1.133780
Prob(F-statistic)	0.768598			



LAMPIRAN IX  
Uji Normalitas Jangka Panjang



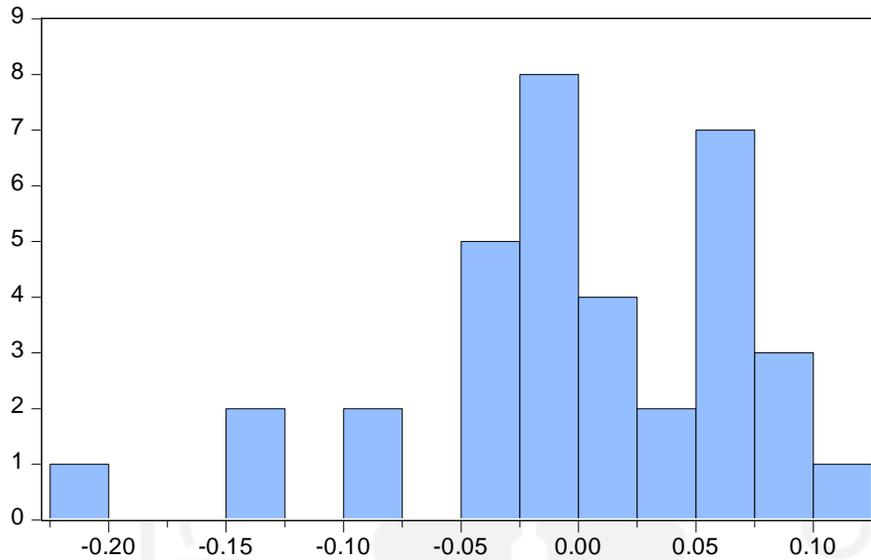
Series: Residuals	
Sample 2019M01 2021M12	
Observations 36	
Mean	-4.75e-15
Median	0.000717
Maximum	0.155246
Minimum	-0.224313
Std. Dev.	0.089526
Skewness	-0.294855
Kurtosis	2.670711
Jarque-Bera	0.684284
Probability	0.710247



LAMPIRAN X

Uji Normalitas Jangka pendek

الجامعة الإسلامية  
الاستدراكية



Series: Residuals  
Sample 2019M02 2021M12  
Observations 35

Mean	3.17e-18
Median	-0.000750
Maximum	0.101415
Minimum	-0.218607
Std. Dev.	0.071995
Skewness	-0.940825
Kurtosis	4.010167

Jarque-Bera	6.651527
Probability	0.035945

