

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
TINGKAT PERMINTAAN TAHU  
(Studi Kasus Pasar Gambir Tembung)**

**S K R I P S I**

Oleh :

**WINDA PITALOKA  
NPM : 2104300018  
Program Studi : AGRIBISNIS**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2025**

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
TINGKAT PERMINTAAN TAHU  
(Studi Kasus Pasar Gambir Tembung)**

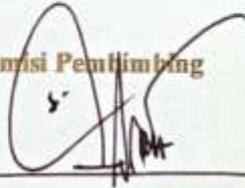
**SKRIPSI**

Oleh :

**WINDA PITALOKA  
2104300018  
AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

**Komisi Pembimbing**

  
**Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si.**  
Ketua

**Disahkan Oleh :**

**Dekan**  
  
**Assoc. Prof. Dr. Dainy Mawar Tarigan, S.P., M.Si.**

Tanggal Lulus : 11 - 07 - 2025

## PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Winda Pitaloka

NPM : 2104300018

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Tahu (Studi Kasus Pasar Gambir Tembung)” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penciplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 10 Juli 2025

Yang Menyatakan,



Winda Pitaloka

## RINGKASAN

Winda Pitaloka (2104300018). Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Tahu (Studi Kasus Pasar Gambir Tembung)”. Dibimbing oleh: Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku ketua komisi pembimbing. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai dengan April di Pasar Gambir Tembung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi tingkat permintaan tahu yang ada di Pasar Gambir Tembung, Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*), dalam penelitian jumlah populasi tidak diketahui, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Lemeshow, dan menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, adapun hasil penelitian ini adalah : Dalam penelitian ini t hitung sebesar 7.552, dan taraf signifikansi sebesar 0.000 dengan jumlah sampel sebesar  $N=100$  dan  $df= N-3$  diperoleh nilai t tabel sebesar 1.985, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung hal ini terlihat dari nilai t hitung  $> t$  tabel ( $7.552 > 1.985$ ) dan taraf signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Dalam penelitian ini t hitung sebesar 9.660, dan taraf signifikansi sebesar 0.000 dengan jumlah sampel sebesar  $N=100$  dan  $df= N-3$  diperoleh nilai t tabel sebesar 1.985, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung hal ini terlihat dari nilai t hitung  $> t$  tabel ( $9.660 > 1.985$ ) dan taraf signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Dalam penelitian ini t hitung sebesar -0.156, dan taraf signifikansi sebesar 0.876 dengan jumlah sampel sebesar  $N=100$  dan  $df= N-3$  diperoleh nilai t tabel sebesar 1.985, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial selera memiliki tidak pengaruh yang signifikan terhadap permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung hal ini terlihat dari nilai t hitung  $> t$  tabel ( $-0.156 > 1.985$ ) dan taraf signifikansi  $0.876 < 0.05$ .

**Kata Kunci :** Harga, Pendapatan, Permintaan, Selera, Tahu

## SUMMARY

*Winda Pitaloka (2104300018): The title of this research is "Analysis of Factors Affecting the Level of Tofu Demand: A Case Study of Gambir Tembung Market." Supervised by: Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si., who is the chair of the supervisory committee. The study was conducted from March to April at Gambir Tembung Market. The study aims to analyze the factors influencing tofu demand at Gambir Tembung Market. The study employed a case study method where the population size was unknown. The Lemeshow method was used to select a sample of 100 respondents. Multiple linear regression was used for the data analysis. The results of the study are as follows: The calculated t-value is 7.552, the significance level is 0.000, and the sample size is  $N = 100$  and  $df = N - 3$ . This yields a t-table value of 1.985. These results indicate that price partially influences tofu demand at Gambir Tembung Market, as seen from the calculated t-value (7.552) being greater than the t-table value (1.985) and the significance level (0.000) being less than 0.05. The calculated t-value is 9.660 and the significance level is 0.000, with a sample size of  $N = 100$  and  $df = N - 3$ . This results in a t-table value of 1.985. It indicates that income has a significant partial effect on tofu demand at Gambir Tembung Market. This is evidenced by the calculated t-value being greater than the t-table value ( $9.660 > 1.985$ ) and the significance level being less than 0.05. The calculated t-value in this study is -0.156 and the significance level is 0.876, with a sample size of  $N = 100$  and  $df = N - 3$ . This yields a t-table value of 1.985. It indicates that taste does not have a significant partial effect on tofu demand at Gambir Tembung Market, as evidenced by the calculated t-value > table t-value ( $-0.156 > 1.985$ ) and a significance level of  $0.876 < 0.05$ .*

**Keywords:** Demand, Income, Price, Taste, Tofu

## RIWAYAT HIDUP

Winda Pitaloka lahir di Bandar Selamat, pada tanggal 30 Oktober 2002, anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Ayahanda Tusiman dan Ibunda Inem Lestari.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Tahun 2015, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 010138 Perkebunan Bandar Selamat.
2. Tahun 2018, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Swasta Saniah Aek Songsongan.
3. Tahun 2021, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Aek Songsongan.
4. Tahun 2021, melanjutkan pendidikan Strata 1 (S1) pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.  
Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara antara lain:

1. Tahun 2021, mengikuti Perkenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa/I Baru (PKKMB) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Tahun 2021, mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Tahun 2024, mengikuti kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara IV Regional I Kebun Bandar selamat, Aek songsongan.

4. Tahun 2025, melakukan penelitian untuk skripsi yang berjudul Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Tahu (Studi Kasus Pasar Gambir Tembung).

## KATA PENGANTAR



### **Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh**

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga kemudahan dan kelancaran senantiasa mengiringi disetiap langkah penyusunan karya ini. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan orang-orang yang mengikuti sampai hari pembalasan. Usaha dan upaya untuk senantiasa melakukan yang terbaik atas setiap kerja menjadikan akhir dari pelaksanaan penelitian yang terwujud dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Tahu (Studi Kasus Pasar Gambir Tembung)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh derajat Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kesulitan dan hambatan yang dihadapi, skripsi ini juga jauh dari sempurna baik dari segi penyusunan, bahasa ataupun penulisannya. Oleh sebab itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun sebagai bekal pengalaman untuk menjadi lebih baik dimasa yang akan datang. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada:

1. Sebagai ungkapan terima kasih, Skripsi ini penulis persembahkan kepada Orang tua tercinta Ayahanda Tusiman dan Ibunda Inem Lestari yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia,

yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, cinta, semangat, do'a dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terima kasih buat perjuangan yang tangguh meskipun ayah dan ibu tidak pernah duduk dibangku kuliah namun beliau berhasil membuat anak keduanya menempuh pendidikan sampai sarjana.

2. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu. Prof. Dr. Ir. Wan Arfiani Barus, M.P. selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Akbar Habib, S.P., M.P. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Juita Rahmadani Manik, S.P., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang tidak hanya membimbing secara akademik, tetapi juga memberikan arahan, motivasi, dan semangat yang luar biasa selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, kesabaran, dan perhatian bapak dalam membimbing penulis, serta atas kemudahan yang diberikan dengan selalu membuka pintu konsultasi secara lapang dan penuh pengertian terhadap setiap kesulitan yang penulis hadapi.

8. Ibu Salsabila, S.P., M.P. selaku Dosen Pembanding I yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah meluangkan waktu, memberikan arahan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Ibu Ira Apriyanti, S.P., M.Sc. selaku Dosen Pembanding II yang dengan penuh perhatian dan ketelitian telah memberikan kritik serta saran yang sangat membangun selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh dosen dan staff Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan wawasan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
11. Kepada saudara kandung, Kakanda Devi Astari, Abangda Ipar Irfansyah yang senantiasa memberikan dukungan dan doa yang tiada henti. Kehadiran dan dukungan beliau menjadi sumber semangat dan kekuatan yang sangat berarti bagi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
12. Muhammad Subki Andryan terima kasih atas dukungan dan semangat yang senantiasa diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini.
13. Kakanda sepupu, Novita Sari, S.P., M.P. terima kasih atas perhatian dan dukungan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
14. Seluruh teman-teman seperjuangan Fakultas Pertanian khususnya Kelas Agribisnis A1 Stambuk 2021.

Medan, 10 Juli 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| PERNYATAAN.....                                 | i       |
| RINGKASAN .....                                 | ii      |
| SUMMARY .....                                   | iii     |
| RIWAYAT HIDUP.....                              | iv      |
| KATA PENGANTAR .....                            | vi      |
| DAFTAR ISI.....                                 | ix      |
| DAFTAR TABEL.....                               | xii     |
| DAFTAR GAMBAR .....                             | xiii    |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                            | xiv     |
| PENDAHULUAN .....                               | 1       |
| Latar Belakang .....                            | 1       |
| Rumusan Masalah .....                           | 4       |
| Tujuan Penelitian.....                          | 5       |
| Kegunaan Penelitian.....                        | 5       |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                          | 6       |
| Permintaan dan Penawaran .....                  | 6       |
| Hukum Permintaan dan Penawaran .....            | 7       |
| Faktor Faktor yang Mempengaruhi Permintaan..... | 10      |
| Tahu.....                                       | 13      |
| Pengertian Harga .....                          | 14      |
| Indikator Harga .....                           | 14      |
| Pengertian Pendapatan .....                     | 15      |

|  |    |
|--|----|
| Indikator Pendapatan.....                | 17 |
| Pengertian Selera.....                   | 18 |
| Indikator Selera .....                   | 18 |
| Penelitian Terdahulu .....               | 21 |
| Kerangka Pemikiran.....                  | 23 |
| Hipotesis.....                           | 25 |
| METODE PENELITIAN.....                   | 27 |
| Metode Penelitian.....                   | 27 |
| Metode Penentuan lokasi Penelitian ..... | 27 |
| Metode Penarikan Sampel.....             | 27 |
| Metode Pengumpulan Data .....            | 29 |
| Metode Analisis Data .....               | 30 |
| Uji Validitas .....                      | 31 |
| Uji Reliabilitas.....                    | 31 |
| Regresi Linear Berganda.....             | 32 |
| Uji Asumsi Klasik .....                  | 33 |
| Pengujian Hipotesis.....                 | 35 |
| Koefisien Determinasi.....               | 37 |
| Definisi dan Batasan Operasional .....   | 38 |
| DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN .....   | 40 |
| Deskripsi Umum Lokasi Penelitian.....    | 40 |
| Demografi Penduduk.....                  | 41 |
| Karakteristik Responden .....            | 42 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN.....                | 45 |

|  |    |
|--|----|
| Hasil Penelitian .....   | 45 |
| Pengolahan Data Secara Deskriptif.....                                 | 45 |
| Uji Validitas .....  | 47 |
| Uji Reliabilitas.....  | 47 |
| Uji Asumsi Klasik .....  | 48 |
| Uji Normalitas .....   | 48 |
| Uji Multikolinearitas .....  | 49 |
| Uji Heterokedasitas .....  | 50 |
| Analisis Regresi Linear Berganda.....                                  | 50 |
| Uji Kesesuaian Model .....   | 52 |
| Koefisien Determinasi.....   | 52 |
| Uji F (Uji Secara Simultan).....                                       | 52 |
| Uji T (Uji Secara Parsial).....  | 53 |
| Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Tahu di Pasar Gambir .....          | 55 |
| Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Tahu di Pasar<br>Gambir.....   | 56 |
| Pengaruh Selera Terhadap Permintaan Tahu di Pasar Gambir .....         | 57 |
| Pengaruh Harga, Pendapatan dan Selera Terhadap Permintaan<br>Tahu..... | 58 |
| KESIMPULAN DAN SARAN.....  | 60 |
| Kesimpulan.....  | 60 |
| Saran.....   | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 63 |
| LAMPIRAN.....  | 66 |

## DAFTAR TABEL

| Nomor | Judul  | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1.    | Data Rata-Rata Asupan Protein Perindividu Berdasarkan Jenis Pangan dan Wilayah (Perkotaan/Perdesaan) dalam Satuan Gram ..... | 1       |
| 2.    | Daftar Harga Tahu Di Sumatera Utara (2025) .....   | 2       |
| 3.    | Estimasi Rata-Rata Konsumsi Pangan Perindividu Pertahun...   | 3       |
| 4.    | Nilai Estimasi Proporsi (P) .....  | 28      |
| 5.    | Bobot Penilaian Skala Likert .....   | 30      |
| 6.    | Kecamatan Percut Sei Tuan terdiri dari desa dan kelurahan....  | 41      |
| 7.    | Usia .....   | 43      |
| 8.    | Jenis Kelamin.....   | 43      |
| 9.    | Pendapatan/Bulan .....   | 43      |
| 10.   | Jumlah Anggota Keluarga .....  | 44      |
| 11.   | Jumlah Pembelian Tahu .....  | 44      |
| 12.   | Data Variabel Harga Tahu (X1).....   | 45      |
| 13.   | Data Variabel Pendapatan (X2) .....  | 45      |
| 14.   | Data Variabel Selera (X3).....   | 46      |
| 15.   | Data Variabel Permintaan Tahu (Y) .....  | 46      |
| 16.   | One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....   | 49      |
| 17.   | Coefficients .....   | 49      |
| 18.   | Coefficients .....   | 51      |
| 19.   | Model Summary.....   | 52      |
| 20.   | Anova .....  | 53      |
| 21.   | Coefficients .....   | 53      |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Nomor</b> | <b>Judul</b>                                | <b>Halaman</b> |
|--------------|---|----------------|
| 1.           | Kurva Permintaan.....                       | 8              |
| 2.           | Pergeseran Kurva Permintaan .....           | 9              |
| 3.           | Kerangka Pemikiran.....                     | 25             |
| 4.           | Peta Wilayah Kecamatan Percut Sei Tuan..... | 40             |
| 5.           | P-plot Normalitas .....                     | 48             |
| 6.           | <i>Scatterplot</i> .....                    | 50             |

## DAFTAR LAMPIRAN

| <b>Nomor</b> | <b>Judul</b>                 | <b>Halaman</b> |
|--------------|------------------------------|----------------|
| 1.           | Identitas Responden .....    | 66             |
| 2.           | Skor Jawaban Responden.....  | 69             |
| 3.           | Data Total Variabel .....    | 75             |
| 4.           | Output Olah Data SPSS .....  | 77             |
| 5.           | Asumsi Klasik .....          | 89             |
| 6.           | Regresi Linear Berganda..... | 91             |
| 7.           | Kuesioner Penelitian .....   | 92             |
| 8.           | Dokumentasi Penelitian ..... | 96             |

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Tahu menjadi sumber protein murah yang bisa dikonsumsi oleh berbagai kalangan, selain harganya yang murah serta bergizi tinggi sehingga banyak penggemar yang gemas mengonsumsi mereka hampir setiap hari, tidak seperti sumber protein hewani yang memiliki harga fluktuatif, tahu memiliki harga yang cukup stabil untuk kalangan rumah tangga biasanya mereka membeli tahu dalam model potongan dimana tahu masih di harga Rp 1000/potongnya, namun jika dibandingkan dengan tahu pada umumnya masyarakat cenderung untuk setiap harinya makan lauk hewani sebagai sumber protein utama mereka.

**Tabel 1. Data Rata-Rata Asupan Protein Perindividu Berdasarkan Jenis Pangan dan Wilayah (Perkotaan/Perdesaan) dalam Satuan Gram**

| Rincian         | Perkotaan |       | Perdesaan |       | Perkotaan + Perdesaan |       |
|-----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------------------|-------|
|                 | 2022      | 2023  | 2022      | 2023  | 2022                  | 2023  |
| Padi-padian     | 18,98     | 19,1  | 24,41     | 24,13 | 21,36                 | 21,27 |
| Umbi-umbian     | 0,48      | 0,43  | 0,45      | 0,43  | 0,47                  | 0,43  |
| Perikanan       | 14,99     | 14,17 | 14,9      | 13,59 | 14,95                 | 13,91 |
| Daging          | 4,93      | 5,1   | 3,68      | 3,79  | 4,38                  | 4,53  |
| Unggas dan susu | 3,77      | 3,59  | 2,71      | 2,51  | 3,3                   | 3,12  |
| Kacang-kacangan | 3,63      | 3,65  | 3,27      | 3,18  | 3,47                  | 3,45  |

*Sumber sumut.bps.go.id (Data Diolah, 2024)*

Tahu walaupun memiliki tingkat gizi tinggi juga harga yang murah, tahu memiliki rasa kurang lezat bila disejajarkan terhadap lauk yakni diperoleh melalui hewani, Akibatnya tahu sering dijadikan hanya pelengkap dan jarang dijadikan menu utama dalam rumah tangga. Sehingga permintaan tahu di masyarakat sering kali di pengaruhi oleh faktor-faktor tertentu.

**Tabel 2. Daftar Harga Tahu Di Sumatera Utara (2025)**

| <b>Tahu</b>  |                     |                   |
|--------------|---------------------|-------------------|
| <b>Berat</b> | <b>Jumlah</b>       | <b>Harga (Rp)</b> |
| 100 gr       | 1 Potong            | 1.000             |
| 300 gr       | 3 Potong            | 2.500             |
| 500 gr       | 6 potong            | 5.000             |
| 1000 gr      | 1 papan (64 Potong) | 50.000            |

*Sumber sumut.bps.go.id (Data Diolah)*

Permintaan (*demand*) merupakan produk berupa barang maupun layanan bersedia serta terjangkau oleh pembeli pada kurun waktu yang telah ditetapkan dengan mempertimbangkan berbagai kondisi yakni berlaku. Pada dasarnya tingkat permintaan suatu produk atau layanan terpengaruhi oleh sejumlah faktor tertentu:

1. Tingkat harga dari produk.
2. Penghasilan pembeli.
3. Ekspetasi pembeli terkait dengan harga barang serta jasa, besaran pemasukan, serta tersedianya hasil produksi berupa barang maupun layanan di masa selanjutnya.
4. Minat pembeli.
5. Banyak pembeli memiliki berpotensi.
6. Karakteristik Produk.
7. Faktor spesifik yang berkaitan untuk permintaan pada produk.

Di Pasar Gambir Kecamatan Percut Sei Tuan tahu merupakan bahan panganan yang tidak terlalu di sukai oleh masyarakat, hal ini bisa terlihat saat presurvey peneliti datang ke pasar tersebut pada pukul 3 sore di beberapa lapak pedagang masih terdapat tahu yang tersisa, ketika penulis mewawancarai pedagang apakah hal tersebut sering terjadi pedagang menjawab bahwa pada hari tersebut harga Ayam dan ikan sedang turun sehingga masyarakat lebih memilih untuk

mengonsumsi protein hewani yang memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan tahu.

Harga tahu merupakan salah satu faktor utama membuat masyarakat membeli bahan pangan tersebut. Harga tahu yang cenderung stabil membuat masyarakat tetap membeli bahan panganan ini, namun ketika protein hewani turun atau harga tahu naik maka masyarakat akan cenderung mengonsumsi sumber protein lain, hal ini menunjukkan bahwa permintaan tahu memang dipengaruhi oleh harga tahu sebab walaupun harga tahu cenderung stabil tapi jika harga protein hewani mengalami penurunan maka masyarakat cenderung memiliki sumber protein hewani.

Pendapatan juga bagian dari faktor utama dalam memberi pengaruh untuk permintaan tahu, pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat. Pendapatan jika menurun menunjukkan keterbatasan jumlah uang yang tersedia untuk konsumsi, sehingga seseorang atau rumah tangga cenderung akan mengurangi pengeluarannya untuk beberapa bagian besar jenis barang. Penurunan pendapatan akan menyebabkan turunnya permintaan untuk barang.

**Tabel 3. Estimasi Rata-Rata Konsumsi Pangan Perindividu Pertahun**

| Kabupaten    | Estimasi rata-rata konsumsi pangan per individu per tahun |         |         |         |            |
|--------------|---|---------|---------|---------|------------|
|              | 2019  | 2020    | 2021    | 2022    | 2023       |
| Deli Serdang | 543.470   | 591.830 | 612.847 | 739.788 | 785.701,28 |

*Sumber deli serdang kab.bps.go.id (Data Diolah, 2025)*

Faktor lain yang mempengaruhi permintaan tahu adalah selera masyarakat, hal ini sangat berkaitan dengan harga dan pendapatan masyarakat, tahu merupakan sumber protein yang murah yang bisa dikonsumsi oleh berbagai kalangan, tapi tahu memiliki kelemahan yakni rasa yang kurang enak jika dibandingkan protein

hewani, berbeda dengan protein hewani yang bisa dimasak dengan bumbu minimalis namun tetap menghasilkan rasa mantap, tahu memerlukan beberapa bumbu tambahan agar menghasilkan rasa nikmat, hasil observasi awal peneliti, beberapa konsumen membeli tahu bukan karena mereka suka akan kedua bahan tersebut tapi karena harganya yang murah, dan bisa digunakan sebagai pelengkap, mereka mengatakan bahwa mereka lebih memilih memakan ikan atau ayam jika memiliki uang lebih dibandingkan tahu. Pradana (2023) hasil penelitian tersebut menunjukkan selera masyarakat adalah faktor yang memiliki pengaruh untuk permintaan tahu di suatu lokasi.

Pada masalah yang telah ada dapat terlihat untuk permintaan tahu memang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah, harga tahu, pendapatan masyarakat dan selera masyarakat. Sebab itu atas dasar ketertarikan terhadap isu tersebut, penulis mengangkat judul **“Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Tahu (Studi Kasus Pasar Gambir Tembung)”**.

### **Rumusan Masalah**

Merujuk pada uraian dalam latar belakang, guna mempermudah jalannya penelitian agar kajian dalam penelitian ini tidak melebar dan tetap berada dalam batasan yang relevan, maka permasalahan dirumuskan secara lebih terarah. Adapun fokus penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana harga tahu mempengaruhi tingkat permintaan di Pasar Gambir Tembung ?.
2. Bagaimana tingkat pendapatan konsumen mempengaruhi tingkat Permintaan Tahu di Pasar Gambir Tembung ?.

3. Bagaimana selera konsumen terhadap tahu mempengaruhi tingkat permintaan di Pasar Gambir Tembung ?.

### **Tujuan Penelitian**

Berlandaskan pada pembahasan dalam latar belakang dan perumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mencapai hal-hal berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana harga tahu mempengaruhi tingkat permintaan di Pasar Gambir Tembung ?.
2. Untuk menganalisis bagaimana tingkat pendapatan konsumen mempengaruhi tingkat permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung ?.
3. Untuk menganalisis bagaimana selera konsumen terhadap tahu mempengaruhi tingkat permintaan di Pasar Gambir Tembung ?.

### **Manfaat Penelitian**

1. Sebagai upaya pengembangan wawasan ilmiah dan keterampilan dalam penulisan karya akademik bagi penulis, sekaligus memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian.
2. Memberikan kontribusi informasi terhadap masyarakat umum dan pihak yang bermaksud untuk memahami kemajuan tingkat kebutuhan produk olahan kedelai pada wilayah tempat riset dilakukan.
3. Menyediakan informasi sebagai referensi ilmiah yang dapat dijadikan dasar atau acuan oleh peneliti selanjutnya dalam melakukan kajian sejenis di masa mendatang.
4. Sebagai perbandingan terdapat perbedaan permintaan tahu dari tahun ke tahun.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Permintaan dan Penawaran

Konsep permintaan berakar dari teori konsumsi. Seseorang bersedia untuk “meminta” atau juga membeli produk dalam tingkat rentang harga tertentu memiliki nilai manfaat menurut pandangannya. seiring minim nilai jual untuk produk tersebut sehingga diperkirakan semakin besar kecenderungan konsumen untuk membeli dalam jumlah lebih banyak. Permintaan dapat diartikan jumlah produk dimana tersedia serta dapat dikonsumsi pada variasi harga tertentu selama kurun jangka melalui asumsi faktor lain tidak berubah (Fatimah *et al.*, 2018).

Berbagai kuantitas produk memiliki kecenderungan diperoleh masyarakat terhadap taraf nilai jual yang berbeda dirangkum berkaitan suatu daftar yang dikenal sebagai *demand schedule* atau daftar permintaan. Ketika setiap titik yang merepresentasikan keterkaitan mengenai nilai jual serta tingkat produk barang dimana diinginkan masyarakat digambarkan dalam grafik, sehingga akan terbentuk kurva permintaan individual. Prinsip dalam hukum permintaan menyimpulkan jika pada saat suatu nilai jual produk bertambah, tingkat nilai jual dimana dikonsumsi diperkirakan berkurang, serta di sisi lain. Secara umum kurva permintaan akan mempunyai kemiringan berkurang berdasarkan sisi kiri keatas menuju sebelah kanan bawah, dengan konvensi internasional menempatkan harga dengan sumbu vertikal (Y) dan untuk kuantitas sumbu horizontal (X) (Asnah & Sari, 2021).

Dalam konteks ekonomi penawaran merujuk pada berbagai layanan maupun produk dimana bersedia serta dapat disediakan melalui produsen pasar selama ragam tingkat harga. Penawaran ini menunjukkan adanya hubungan positif antara harga produk dengan jumlah output yang ditawarkan. Kurva penawaran

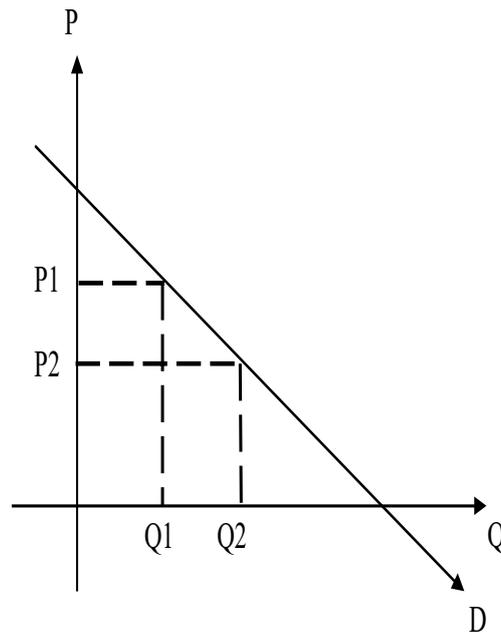
menggambarkan hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan harga barang tersebut. Kurva penawaran sebuah produk mengikuti kebijakan dimana diterapkan dilingkup regulasi hukum pasokan. Asumsi unsur berbeda belum menghadapi penyesuaian, peningkatan harga barang diperkirakan mendorong peningkatan nilai jual produk memiliki disediakan disebabkan oleh pengelola produksi diperkirakan menerapkan peluang guna memperoleh nilai tambah lebih besar (Amarodin, 2014). Ketika harga bagi barang mengalami penurunan, jumlah yang akan ditawarkan produsen cenderung menurun pula dikarenakan mereka akan berupaya meminimalkan potensi kerugian jika terjadi (Theo *et al.*, 2021).

### **Hukum Permintaan dan Penawaran**

Berlandaskan sisi permintaan fokus utamanya terletak pada perilaku konsumen atau pembeli terhadap suatu produk, baik dalam bentuk produk serta layanan. Tingkat permintaan pembeli mengenai suatu barang konsumsi mampu dilihat melalui hubungan antara nilai jual serta kuantitas komoditas dimana diinginkan. Permintaan merujuk pada kuantitas barang yang diinginkan konsumen di lokasi kegiatan jual beli ditentukan, pada level nilai jual spesifik, penghasilan spesifik, serta melalui jangka waktu. Dalam hal umum, tingkat permintaan perorangan maupun penduduk atas sebuah produk dipengaruhi berbagai faktor seperti harga barang, pendapatan pembeli, jumlah populasi, serta harga barang pengganti juga faktor yang berbeda (Angreini *et al.*, 2021).

Kajian ini berfokus pada tingkat permintaan yaitu perubahan guna harga, dengan asumsi bahwa faktor lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*). Dari pendekatan ini, muncul suatu prinsip dasar yang dikenal dengan hukum permintaan. Hukum ini menjelaskan bahwa apabila harga suatu barang menurun,

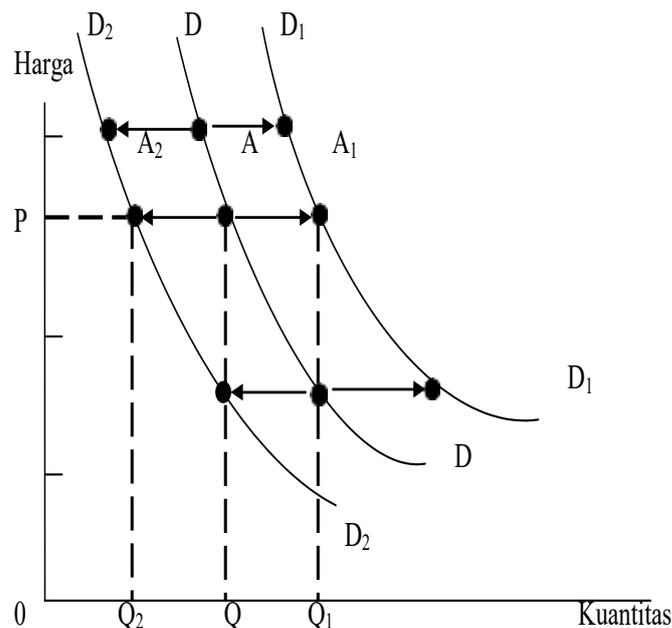
maka permintaan terhadap barang tersebut cenderung meningkat sebaliknya, jika harga naik maka jumlah permintaan cenderung menurun. catatan pada semua variabel lain diluar harga berada dalam keadaan tetap. Namun apabila terdapat perubahan pada elemen lain, seperti peningkatan pendapatan pembeli untuk hukum pada permintaan tersebut secara mutlak tidak ada perlakuan (Asnah & Sari, 2021).



Gambar 1. Kurva Permintaan  
*Sumber (Asnah & Sari, 2021)*

Kurva permintaan menunjukkan keterkaitan antara kuantitas barang dengan tingkat harga, juga asumsi bahwa faktor lain akan tetap tidak berubah. Pada ilustrasi Gambar 1, misalnya, harga awal suatu produk perunit adalah  $P_1$  dengan ketinggian permintaan sebanyak  $Q_1$ . Apabila ketika turun harga menjadi  $P_2$ , permintaan meningkat menjadi  $Q_2$ . Selisih untuk harga dari  $P_1$  ke  $P_2$  dinyatakan sebagai  $\Delta P$ , sedangkan selisih kuantitas dari  $Q_1$  ke  $Q_2$  disebut  $\Delta Q$ . Rasio antara harga ( $\Delta P$ ) dan jumlah yang diminta ( $\Delta Q$ ) dikenal dengan koefisien kemiringan atau juga disebut gradien (slope) (Layoo & Sari, 2018).

Kurva permintaan dapat mengalami pergeseran ke arah kanan maupun ke kiri apabila terjadi perubahan dalam permintaan yang disebabkan oleh faktor-faktor selain harga. Jika terdapat perubahan pada harga barang substitusi atau komplementer, pendapatan konsumen, maupun faktor lainnya, maka hal itu dapat menjadikan kurva pada permintaan berpindah posisi. Pergeseran kurva ini terjadi sebagai akibat dari pengaruh faktor non-harga, contohnya adalah perubahan pendapatan konsumen. Selama faktor yang lain tetap tidak berubah-ubah, peningkatan pendapatan akan menyebabkan bertambahnya total barang untuk diminta di setiap tingkat harganya. Fenomena ini ditunjukkan melalui pergeseran kurva pada permintaan baik dari posisi DD pindah posisi D1D1.



Gambar 2. Pergeseran Kurva Permintaan  
 Sumber (Sarnowo dan Sunyoto, 2013).

Titik pada A menunjukkan bahwa untuk tingkat harga P, total barang yang akan diminta adalah Q, dan untuk titik A1 menunjukkan bahwa harga yang sama, permintaan meningkat menjadi Q1. Karena Q1 lebih besar dari Q, maka dapat disimpulkan bahwa kenaikan pendapatan mengakibatkan bertambahnya jumlah

barang yang diminta pada harga  $P$  sebesar  $Q_1$ . Hal ini mengindikasikan bahwa pergeseran kurva permintaan ke arah kanan mencerminkan peningkatan permintaan. Sebaliknya, apabila kurva bergeser ke arah kiri, seperti pergeseran ke posisi  $D_2D_2$ , maka hal tersebut menunjukkan adanya penurunan permintaan. Akibat terjadi perubahan, untuk harga pada  $P$ , jumlah yang akan diminta menjadi  $Q_2$ , yang direpresentasikan dari titik  $A_2$  (Fatimah *et al.*, 2018).

### **Faktor Faktor yang Mempengaruhi Permintaan**

1. Harga dari suatu barang atau jasa memiliki pengaruh langsung terhadap total barang yang akan diminta. Jika harga mengalami akan kenaikan kemungkinan untuk kualitas barang akan menurun, dan begitu pula kebalikan ketika harga untuk produk turun, total permintaan akan memiliki peningkatan. Penjelasan menunjukkan adanya hubungan buruk (negative) harga dengan jumlah produk yang telah diminta, sebagaimana dijelaskan dalam hukum dari permintaan. Artinya, harga naik disebabkan turunnya untuk permintaan produk, sementara harga yang telah turun akan mendorong tingkat permintaan. Oleh karena itu, perubahan harga berbanding terbalik dengan perubahan permintaan (Hurriyati, 2020).
2. Penduduk merupakan salah satu faktor yang memengaruhi permintaan, karena meskipun tidak semua individu memiliki penghasilan tetap, mereka tetap membutuhkan kebutuhan dasar seperti makan serta minum, dan juga pakaian. Peningkatan populasi bayi serta anak kecil, misalnya, akan menjadi pendorong naiknya konsumsi susu serta penggunaan layanan di kawasan wisata. Oleh karena itu, pertumbuhan jumlah penduduk cenderung berkorelasi positif dengan peningkatan penjualan barang dan jasa oleh pelaku usaha (Asnah &

Sari, 2021). Secara umum, bertambahnya jumlah penduduk akan diiringi dengan meningkatnya permintaan terhadap berbagai jenis komoditas, karena semakin banyak individu yang membutuhkan barang tersebut. Namun, pertumbuhan populasi umumnya diiringi dengan bertambahnya peluang kerja. Akibatnya, semakin banyak individu yang memperoleh penghasilan, sehingga tujuan untuk membeli masyarakat akan ikut naik. Kenaikan daya beli ini pada akhirnya mendorong peningkatan terhadap permintaan barang dan jasa.

3. Pendapatan mencerminkan kemampuan masyarakat dalam melakukan pembelian. Tingkat pendapatan yang tinggi atau rendah akan berpengaruh terhadap jumlah dan mutu barang yang diminta. Ketika pendapatan berada pada level rendah, maka dana yang tersedia untuk konsumsi menjadi terbatas, sehingga masyarakat cenderung mengurangi pengeluaran terhadap beberapa, bahkan mungkin sebagian besar barang (Arwin *et al.*, 2019). Ketika penghasilan seseorang atau masyarakat mengalami peningkatan, maka total permintaan untuk suatu barang atau produk juga cenderung naik, terutama jika barang tersebut termasuk dalam kategori barang normal. Namun, jika barang yang dimaksud merupakan barang dengan kualitas rendah, maka peningkatan pendapatan justru dapat menyebabkan penurunan permintaan, karena konsumen akan cenderung beralih ke barang yang lebih berkualitas (Fatimah *et al.*, 2018a).

Selain itu menurut Amarodin (2014) Permintaan terhadap suatu barang oleh seseorang dipengaruhi dengan banyak faktor. Faktor yang dapat berpengaruh pada permintaan adalah:

1. Harga dari suatu barang atau jasa memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat permintaan. Ketika harga turun, jumlah barang atau barang yang diminta akan mengalami peningkatan. Maka kebalikan, harga naik, permintaan untuk produk tersebut akan mengalami penurunan.
2. Tingkat pendapatan masyarakat mencerminkan kemampuan mereka dalam melakukan pembelian. Besar atau kecilnya pendapatan terpengaruhi oleh jumlah produk atau juga barang yang diminta konsumen. Secara umum, pendapatan memiliki peran penting dalam menentukan tingkat permintaan terhadap suatu produk. Lukman (2007) Dapat dijelaskan bahwa ketika pendapatan meningkat, permintaan terhadap barang inferior justru cenderung menurun. Sebaliknya, untuk barang normal, peningkatan pendapatan akan mendorong bertambahnya permintaan terhadap barang tersebut.
3. Tingkat urgensi dan pentingnya suatu kebutuhan akan barang atau jasa turut memengaruhi besar kecilnya permintaan. Kebutuhan primer memiliki prioritas lebih tinggi dibandingkan kebutuhan sekunder, sedangkan kebutuhan sekunder lebih diutamakan dibandingkan kebutuhan tersier. Oleh karena itu, macam-macam variasi kebutuhan akan memiliki pengaruh yang berbeda terhadap jumlah permintaan.
4. Semakin merata distribusi pendapatan dalam suatu masyarakat, maka semakin besar pula jumlah permintaan secara keseluruhan. Sebaliknya, apabila pendapatan hanya terkonsentrasi pada kelompok tertentu, maka total permintaan cenderung menurun karena daya beli mayoritas masyarakat menjadi rendah.

5. Pertumbuhan jumlah penduduk memiliki dampak langsung terhadap tingkat permintaan. Jika banyak populasi di suatu wilayah, semakin tinggi peningkatan permintaan terhadap produk.
6. Selera (*taste*) merupakan faktor yang berkaitan dengan preferensi atau ketertarikan konsumen terhadap suatu produk, yang dapat memengaruhi tingkat permintaan, terlepas dari kondisi anggaran yang dimilikinya. Perubahan dalam tren mode, tingkat pendidikan, serta lingkungan sosial turut membentuk selera masyarakat, yang pada akhirnya berdampak pada permintaan untuk produk.

Terdapat hubungan searah pada harga dengan jumlah produk barang yang telah ditawarkan. Artinya, Ketika harga tinggi, maka besar juga jumlah produk ataupun barang yang tersedia ditawarkan oleh produsen (Asnah & Sari, 2021).

## **Tahu**

Istilah "tahu" berawal dengan bahasa Tionghoa, "teo-hu" "teu-hu" bisa juga dengan kata lain tokwa. Kata "tao" "teu" memiliki artian kacang, untuk "hu" atau "kwa" mengandung arti hancur (halus) atau jadi bubur. Dengan demikian, tahu merujuk pada makanan-makanan berasal atau dibuat dengan bahan baku kacang kedelai yang diolah hingga menjadi bubur. Makanan ini pertama kali dikenal pada masa Dinasti Han, sekitar 2200 tahun yang lalu. Liu An, seorang bangsawan sekaligus putra dari Kaisar Han Gaouzu (Liu Bang), dikenal sebagai penemunya. Menurut Suprpti, tahu dihasilkan melalui proses penggumpalan atau pengendapan sari kedelai (Wuisan *et al.*, 2020).

Variasi kualitas tahu dipengaruhi oleh jenis bahan penggumpal yang digunakan serta perbedaan dalam teknik pembuatannya. Proses pembuatan tahu

memanfaatkan protein yang menggumpal ketika berubah dengan kadar zat asam. Ketika menggunakan asam atau cuka sebagai penggumpal, proses pembentukan gumpalan protein terjadi dengan secepatnya dan merata pada seluruh bagian cairan sari dari kedelai tersebut. sehingga sebagian besar dari air yang terdapat dalam sari kedelai ikut terjebak dalam endapan tersebut. Untuk mengeluarkan air yang tersisa, umumnya digunakan tekanan atau proses pemerasan.

### **Pengertian Harga**

Bagi sebagian kalangan, harga sering kali dianggap sebagai cerminan dari mutu suatu produk. Umumnya, semakin tinggi harga yang ditetapkan untuk suatu barang, maka semakin tinggi pula kualitas yang diasumsikan oleh konsumen. Sebaliknya, produk dengan harga lebih rendah sering dikaitkan dengan kualitas yang juga lebih rendah (Tjiptono, 2014). Harga dapat diartikan sebagai besaran dalam bentuk uang maupun aspek non-moneter yang memiliki nilai guna tertentu, yang harus dikorbankan untuk memperoleh suatu barang atau jasa.

Dapat diartikan harga bisa disebut berupa uang yang sudah dibebankan juga dikeluarkan atas pertukaran untuk sebuah produk (Philip & Armstrong, 2012). Harga menjadi dana akan dibayar maupun dikorbankan untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Sementara itu, Buchari mengemukakan bahwa harga adalah nilai dari suatu barang atau jasa yang diukur dalam satuan uang (Tjiptono, 2014).

### **Indikator Harga**

Indikator dari harga meliputi kesesuaian antara harga dengan manfaat yang akan diperoleh, persepsi konsumen terhadap harga dan manfaat, keterjangkauan harga produk, persaingan harga di pasar, serta relevansi harga dengan kualitas kuantitas produk. Selain dari itu, Kotler mengklasifikasikan indikator untuk harga

ini menjadi beberapa aspek, yaitu (harga yang tertera secara rata), (harga yang memengaruhi sikap seorang konsumen), (persepsi konsumen terhadap harga kuantitas dan kualitas), (biaya atau pengorbanan yang telah dikeluarkan konsumen), dan (potongan dana yang sudah diberikan) (Fure, 2013).

Dalam harga, terdapat berapa elemen paling penting yang mencakup penetapan susunan harga, pemberian diskon barang, potongan dari harga, serta ketentuan mengenai jangka waktu melakukan pembayaran produk (Menurut Kotler dan Armstrong 2012), terdapat beberapa indikator dalam berkontribusi memberikan pengaruh harga adalah :

1. Terjangkauannya harga (biaya) tersebut.
2. Sesuainya harga akan kualitas pada produk.
3. Selanjutnya daya saing bagi harga.
4. Harga sesuai akan manfaatnya.

### **Pengertian Pendapatan**

Pendapatan menjadi komponen penting untuk penyusunan pencatatan laba oleh perusahaan. Namun, istilah pendapatan sering menimbulkan kebingungan karena dapat merujuk pada dua istilah berbeda dalam bahasa Inggris, yaitu *revenue* dan *income*. Istilah *income* biasanya diartikan sebagai penghasilan, sedangkan *revenue* mengacu pada pendapatan atau hasil usaha, dan dalam beberapa konteks keduanya juga dapat diartikan sebagai keuntungan. Pendapatan memiliki pengaruh besar bagi keseluruhan perjalanan perusahaan, besar pendapatan yang telah diperoleh juga semakin banyak kemampuan perusahaan untuk memberikan biaya untuk pengeluaran dan kegiatan untuk perusahaan (Nuryati & Farid, 2016). Pendapatan berperan penting dalam penentuan laba (untungnya) atau rugi

perusahaan yang tergambar dalam catatan laba rugi. Oleh karena itu, pendapatan sering disebut sebagai elemen vital yang menopang kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Terdapat didalam KBBI dijelaskan bahwa pendapatan termasuk hasil atau perolehan untung (usaha atau sebagainya) (Irawan & Syaicu, 2017). Dalam kamus yang terdapat pada manajemen, dapat dinyatakan pendapatan sebagai sejumlah uang yang diterima oleh individu, perusahaan, atau organisasi lainnya, baik dalam bentuk gaji, sewa, bunga, beberapa keuntungan. Pendapatan dipahami dari total nilai yang sudah dibebankan kepada pelanggan atas penjualan jasa. Selain itu, pendapatan merupakan arus masuk aset yang timbul dari hasil penyediaan barang produk atau jasa pada konsumen (Rahmiyanti, 2018).

Pendapatan merupakan peningkatan ekuitas perusahaan yang berasal dari aktivitas penjualan produk. Selain itu, pendapatan juga mencakup penerimaan dalam bentuk uang yang diberikan kepada pelaku ekonomi sebagai imbalan atas jasa atau usaha yang telah dilakukan, termasuk pendapatan dari profesi mandiri, usaha pribadi, maupun dari hasil kepemilikan aset. Besarnya pendapatan yang diterima seseorang umumnya ditentukan oleh jenis pekerjaan yang dijalankan (Sudarman, 2013).

Sering kali terlihat bertambahnya pendapatan, barang yang dikonsumsi bukan bertambah, tapi juga kualitas dan kuantitas barang tersebut ikut sebagai perhatian. Sebagai contoh yang dapat dilihat, ketika penghasilan seseorang belum mengalami peningkatan, jenis beras yang dikonsumsi cenderung memiliki kualitas yang rendah. Namun, setelah pendapatan meningkat, konsumen mulai beralih mengonsumsi beras dengan mutu yang lebih tinggi (Susilo & Nairobi, 2019).

Tingkat penghasilan dapat dijadikan indikator penting untuk melihat serta menilai tingkat kemajuan pada lokasi atau wilayah. Jika penghasilan masyarakatnya tergolong kedalam sesuatu yang bisa dikatakan rendah, maka tingkat kesejahteraan daerah tersebutpun menjadi rendah. Sebaliknya, apabila pendapatan masyarakat meningkat, kelebihan konsumsi dapat dialokasikan untuk ditabung di bank sebagai bentuk antisipasi kebutuhan masa depan. Selain itu, kemajuan dalam sektor pendidikan, produksi, dan aspek lainnya turut memberikan pengaruh terhadap besarnya tabungan masyarakat. Jika penghasilan pada tempat daerah tersebut tinggi, maka taraf kemajuan dan kesejahteraannya bisa dikatakan tinggi.

### **Indikator Pendapatan**

Meskipun tiap perusahaan memiliki jenis pendapatan yang beragam, namun dalam perspektif akuntansi, seluruh bentuk pendapatan baik yang berasal dari penjualan produk maupun jasa memiliki kesamaan dalam hal pencatatan. Secara umum, pendapatan memiliki dua karakteristik utama yang menjadi dasar dalam proses akuntansi:

1. Pendapatan muncul pada kegiatan dari perusahaan dalam mencari (keuntungan).
2. Pendapatan mempunyai sifat yang berulang atau bisa juga berkesinambungan (Lastowo, 2010).

Indikator yang terdapat pada pendapatan (penghasilan) memiliki beberapa bagian :

1. Pekerjaan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh individu sebagai upaya untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari.

2. Penghasilan bulanan juga merujuk pada total penghasilan yang diperoleh individu dalam satu bulan sebagai hasil dari pekerjaan yang dilakukannya.
3. Tanggungan keluarga merujuk pada jumlah anggota pada rumah tangga setiap orang.

### **Pengertian Selera**

Preferensi atau selera merupakan dorongan individu dalam memilih dan membeli suatu barang atau jasa. Preferensi konsumen cenderung mengalami perubahan seiring waktu. Ketertarikan yang meningkat terhadap produk tertentu umumnya akan mendorong peningkatan untuk permintaan produk, sebaliknya, minat pembeli menurun, permintaan juga akan mengalami pengurangan. Ketika minat konsumen untuk suatu barang serta jasa tinggi, memiliki kecenderungan memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Secara teoritis, selera turut berperan dalam proses pembelian karena mencakup sejumlah aspek seperti persepsi konsumen terhadap produk, manfaat yang dirasakan, ketahanan produk, bentuk fisik, serta tampilan desain yang ditawarkan (Priansa, 2022).

Preferensi konsumen bersifat objektif karena didasarkan pada penilaian individu terhadap suatu produk. Preferensi ini mencerminkan adanya dorongan kebutuhan secara psikologis serta kebutuhan yang terbentuk dari pengalaman atau kondisi tertentu. Selera juga bisa dipengaruhi dengan unsur agama bisa juga dari unsur tradisi (Butarbutar *et al.*, 2020).

### **Indikator Selera**

Karakteristik untuk sebuah makanan yaitu faktor yang menentukan betapa penting saat menikmati suatu makanan, dapat diperhatikan pada (yoga anggoro & djoko waluyo, 2017) :

1. Penampilan

Tampilan visual dari suatu makanan mampu membentuk persepsi awal konsumen, misalnya melalui aspek warna, ukuran sajian, dan desain penyajiannya. Umumnya, kesegaran makanan dapat langsung dikenali dari tampilannya.

2. Rasa

Rasa merupakan sensasi yang dirasakan ketika makanan berada di dalam mulut. Cita rasa menjadi salah satu aspek penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih. Melalui pengalaman rasa yang diberikan, diharapkan konsumen dapat terus memilih produk atau layanan yang telah di tawarkan oleh produsen atau penyedia jasa.

3. Tekstur

Tekstur mengacu pada karakteristik fisik dari makanan yang dapat dirasakan, seperti kelembutan roti atau kekentalan saus krim. Setiap jenis makanan memiliki tekstur yang khas yang menjadi bagian penting dari pengalaman mengonsumsinya.

Untuk itu ada bagian lain yang menjadi indikator yang bisa digunakan untuk pengukuran selera adalah:

1. Variansi produk

Sangat penting bagi perusahaan dalam merancang serta mengembangkan produk untuk dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan. Untuk itu, perusahaan harus memiliki cara yang baik dengan menelusuri pola keadaan seorang konsumen dari segmen pasar atau segmen lainnya yang menjadi sasaran untuk produknya, agar produk yang ditawarkan dapat diterima

dengan baik. Penelitian mengenai siapa yang menjadi konsumen, jenis produk yang dibeli, waktu pembelian, pihak yang terlibat dalam proses pembelian, alasan di balik keputusan pembelian, dan cara seorang konsumen melakukan membeli. Konsumen akan mencari beragam jenis produk, dan dengan banyaknya pilihan, untuk memengaruhi keputusan pembelian mereka.

## 2. Kepuasan pelanggan akan produk

Kepuasan akan datang jika seorang konsumen memiliki perasaan yang dapat memnuhi keinginan dan sesuai dengan harapan pembeli itu sendiri, yang pada akhirnya menjadikannya sebagai pelanggan tetap dari bisnis tersebut. Hal ini akan memberikan dampak positif secara finansial bagi perusahaan. Konsistensi konsumen dalam membeli produk biasanya didasari oleh ketertarikan atau kecocokan terhadap produk yang ditawarkan. Faktor-faktor yang memengaruhi hal ini bisa berasal dari kualitas produk yang unggul, harga yang sesuai, kesesuaian dengan selera konsumen, maupun strategi promosi yang diterapkan oleh perusahaan. Konsumen yang memiliki tingkat loyalitas tinggi akan terus membeli produk tersebut secara berkelanjutan, tanpa terlalu mempertimbangkan penawaran dari kompetitor lainnya.

## 3. Memiliki perasaan senang ketika memakai produk

Pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan kepada orang lain terutama orang yang ada disekitarnya. Tanpa disadari, tindakan tersebut telah membantu perusahaan dalam melakukan promosi dan menarik konsumen baru. Tingkat loyalitas konsumen akan meningkat apabila

produk yang ditawarkan mampu memberikan kepuasan maksimal, sehingga mereka enggan berpindah ke merek lain. Loyalitas ini ditunjukkan melalui pembelian berulang yang konsisten, penggunaan berbagai jenis produk atau layanan dari perusahaan tersebut, memberikan rekomendasi kepada orang terdekat dari pembeli, rekomendasi tidak mudah diterima dan tidak mudah terpengaruh dengan produk serupa dari perusahaan yang bersaing (Fitriani *et al.*, 2017).

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh (Arrohmah & Rum, 2022) dengan judul “Strategi Pengembangan Industri Keripik Tahu di Dusun Kedungprawan Desa Gendingan Kecamatan Widodaren Kabupaten Ngawi, Dusun Kedungprawan menjadi salah satu daerah penghasil keripik tahu di Kabupaten Ngawi” tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor internal dan eksternal, serta merumuskan alternatif strategi pengembangan industri keripik tahu di Dusun Kedungprawan. Responden penelitian ini yaitu sepuluh pemilik usaha keripik tahu dan dua informan kunci. Metode yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari matriks IFE dan EFE untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal, matriks IE, SWOT, dan QSPM. Berdasarkan matriks SWOT, industri keripik tahu berada di kuadran I pada strategi SO. Hasil penelitian menunjukkan urutan prioritas strategi yang dapat diterapkan pada industri keripik tahu Dusun Kedungprawan. Strategi penetrasi pasar memiliki nilai TAS tertinggi sebesar 6.92, strategi pengembangan produk memiliki nilai TAS kedua sebesar 6.74, dan strategi pengembangan pasar memiliki nilai TAS ketiga dengan nilai sebesar 6.28.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ikhsan *et al.*, 2019) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tahu Putih Di Kota Medan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap tahu putih di kota Medan. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi tahu putih di rumah tangganya. Informasi diperoleh dari penjual tahu putih di Pasar Petisah, Pasar Sei Sikambing dan Pasar Helvetia dan sampel yang diambil sebanyak 45 responden yang masing-masing pasar berjumlah 15 responden. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah uji regresi linier berganda dengan SPSS 20. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel harga tahu putih, harga tahu, harga ikan, pendapatan dan jumlah tanggungan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap permintaan tahu putih di Medan. Secara parsial variabel harga tahu putih dan harga ikan berpengaruh signifikan terhadap permintaan tahu putih di kota Medan, sedangkan variabel harga tahu, pendapatan dan jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan tahu putih di kota Medan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Fitriani *et al.*, 2017) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tahu Peusangan Kabupaten Bireuen, Penelitian dilakukan pada agroindustri Tahu milik Bapak Ari Gunawan di Gampong Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tahu di Gampong Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2016. Metode analisis data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Tahu Bapak Ari Gunawan sebanyak 30 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data maka dapat disimpulkan bahwa permintaan Tahu Bapak Ari Gunawan Gampong Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen secara simultan dipengaruhi oleh faktor harga tahu, harga ikan, pendapatan konsumen dan selera konsumen. Selanjutnya dari hasil analisis secara parsial, hanya variabel harga tahu, harga ikan dan pendapatan konsumen yang berpengaruh signifikan, sedangkan untuk variabel selera konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan Tahu Bapak Ari Gunawan Gampong Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen.

### **Kerangka Pemikiran**

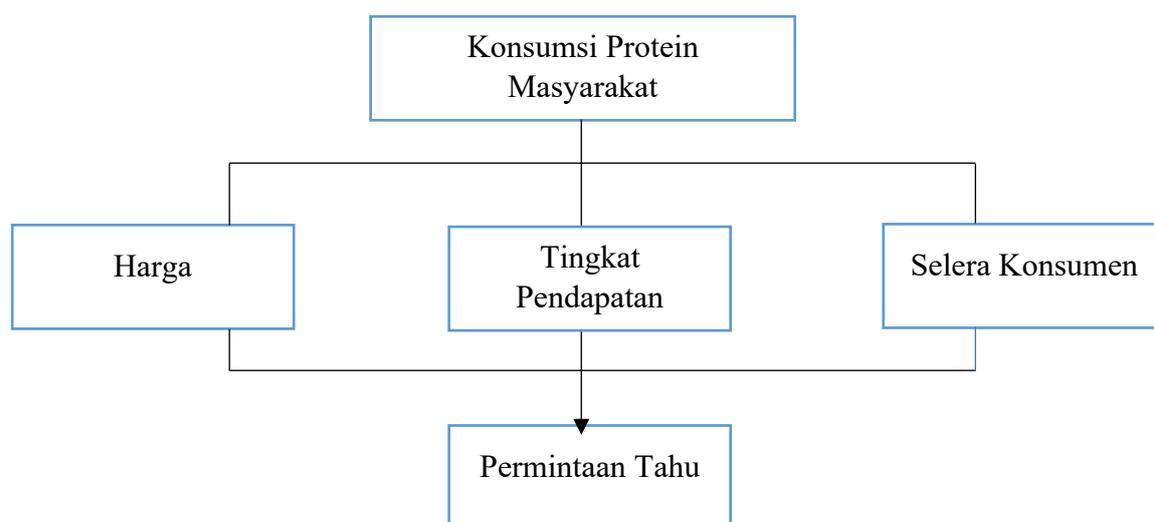
Pola konsumsi pangan yang mengandung protein nabati di Kota Medan mencakup berbagai jenis kacang-kacangan yang biasa dikonsumsi masyarakat, seperti kacang kedelai, kacang hijau, kacang tanah, serta jenis kacang-kacangan lainnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa jenis kacang-kacangan yang paling banyak dikonsumsi adalah kacang kedelai yang diikuti oleh kacang hijau dan kacang tanah, hal ini menunjukkan bahwa tahu yang merupakan produk turunan kacang kedelai memiliki tingkat konsumsi yang cukup tinggi, bahwa konsumsi tahu melebihi tingkat konsumsi telur dan daging unggas, Fenomena ini mengindikasikan bahwa tahu memiliki permintaan yang relatif tinggi di kalangan masyarakat. Berdasarkan teori permintaan, konsumen bersedia 'meminta' atau membeli jasa maupun juga barang pada tingkat harga yang sesuai, karena seorang konsumen akan menilai barang tersebut memiliki manfaat dan berguna dalam kehidupannya. Semakin rendah harga barang tersebut, maka kecenderungan konsumen untuk membeli

dalam jumlah lebih banyak akan semakin besar. Permintaan bagian dari barang yang akan dipasarkan dan di butuhkan oleh konsumen yang sesuai dengan segmennya (Fatimah *et al.*, 2018).

Tahu sebagai sumber protein nabati serta memberikan harga yang terjangkau murah untuk dibeli. Berubahnya harga suatu barang akan terpengaruh terhadap suatu permintaan. Ketika harga mengalami kenaikan, jumlah permintaan akan mengalami penurunan, dan kebalikan dari itu, harga turun, jumlah permintaan dari suatu barang tersebut akan meningkat. Yang menunjukkan adanya hubungan negatif dengan harga dan kualitas produk yang dibutuhkan, sebagaimana dijelaskan dalam hukum pada permintaan. Dengan asumsi kondisi lain tetap (*ceteris paribus*), peningkatan harga disebabkan oleh turun permintaan, dan turunnya dari tingkat harga akan mendorong peningkatan permintaan. Oleh karena itu, arah perubahan harga dan permintaan bersifat berlawanan (Rosyidah *et al.*, 2020).

Pendapatan masyarakat mencerminkan kemampuan daya beli yang dimiliki oleh masyarakat. Tinggi rendahnya tingkat pendapatan akan berpengaruh terhadap jumlah dan mutu permintaan terhadap suatu barang. Jika pendapatan masyarakat rendah, maka secara keseluruhan uang yang tersedia untuk dibelanjakan terbatas, sehingga pengeluaran untuk berbagai jenis barang menjadi lebih sedikit (Arwin *et al.*, 2019). Terdapat juga hubungan positif (baik) pada tingkat penghasilan atau pendapatan dan jumlah produk yang diminta. Ketika pendapatan individu atau masyarakat mengalami peningkatan, permintaan suatu barang juga akan cenderung mengalami peningkatan, khususnya untuk barang-barang yang tergolong sebagai barang normal. Namun, jika barang tersebut termasuk dalam kategori barang dengan kualitas rendah, maka peningkatan pendapatan justru dapat menyebabkan

turunnya permintaan, karena konsumen cenderung beralih ke barang yang lebih berkualitas (Fatimah *et al.*, 2018). Penawaran merujuk pada jumlah produk yang ingin dijual oleh produsen. Tingkat penawaran ini dipengaruhi oleh harga jual produk itu sendiri, serta sejumlah faktor lainnya yang digolongkan sebagai faktor non-harga.



Keterangan :

—————▶ : Memberikan Tanda yang memiliki Pengaruh

————— : Memberikan Tanda yang memiliki Hubungan

Gambar 3. Kerangka Pemikiran

### Hipotesis

Hipotesis yang tertera untuk dugaan awal dari penelitian dan sebagai jawaban sementara untuk hasil penelitian :

1. Menunjukkan adanya pengaruh harga tahu pada tingkat permintaan di Pasar Gambir Tembung.

2. Menunjukkan adanya pengaruh tingkat pendapatan konsumen terhadap tingkat permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung.
3. Terdapat pengaruh untuk selera konsumen pada tingkat permintaan tahu dipasar Gambir Tembung.

## METODE PENELITIAN

### Metode Penelitian

Kajian ini menggunakan kajian kes iaitu penyelidikan yang melibatkan pemerhatian secara langsung di lapangan. Kajian kes ialah kaedah yang menerangkan jenis penyelidikan yang melibatkan objek tertentu dalam jangka masa tertentu (Sugiyono, 2017).

### Metode Penentuan Lokasi

Lokasi kajian empiris ditentukan secara sengaja (*purposive*) di wilayah Kecamatan Percut Sei Tuan. Pemilihan daerah ini berdasarkan pada pertimbangan bahwa kawasan tersebut merupakan daerah penyagga kota yang memiliki sejumlah produsen tahu, serta keberadaan pasar tradisional yang relevan, yaitu Pasar Gambir yang terletak di Kecamatan Percut Sei Tuan sebagai lokasi pelaksanaan.

### Metode Penarikan Sampel

Pengambilan subjek penelitian pada konteks riset dilaksanakan melalui metode *accidental sampling*, secara mengedarkan instrumen survei maupun lembar pertanyaan terhadap konsumen dijumpai secara langsung bertempat di Pasar Gambir, Kecamatan Percut Sei Tuan. Teknik *accidental sampling* merupakan metode penentuan sampel berdasarkan pertemuan secara tidak sengaja dengan responden, dimana siapa pun berperan dalam bentuk secara tidak sengaja menemui secara pengkaji sehingga dianggap relevan sebagai sumber data, dapat dijadikan guna sampel penelitian.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, karena jumlah pasti populasi tidak diketahui. Oleh karena itu, rumus

tersebut dipilih sebagai pendekatan yang tepat untuk memperkirakan jumlah sampel yang dibutuhkan (Lemeshow *et al.*, 1990).

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

N : Menunjukkan total sampel yang diperlukan dalam penelitian.

$Z_{\alpha/2}$  : Nilai z saat frekuensi kepercayaan 95%, yakni senilai 1,96.

P : Merupakan nilai estimasi proporsi, yang diasumsikan sebesar 0,5.

d : Menyatakan tingkat kesalahan toleransi (sampling error) sebesar 10% atau dalam bentuk desimal 0,10.

Sebab kapasitas keseluruhan subjek pada aktivitas riset kurang terungkap pada umumnya, sehingga digunakan tabel tingkat kepercayaan sebagai dasar dalam menentukan jumlah sampel. Terdapat tiga tingkat kepercayaan (*confidence level*) yang umum digunakan, yaitu 90% dengan nilai Z sebesar 1,645, 95% dengan nilai 1,960, dan 99% dengan nilai 2,576 (Lemeshow *et al.*, 1990). Selanjutnya, untuk menentukan nilai P(1-P), dapat merujuk pada tabel distribusi proporsi yang sesuai dengan asumsi penelitian.

**Tabel 4. Nilai Estimasi Proporsi (P)**

| P   | P × (1-P) |
|-----|-----------|
| 0,5 | 0,25      |
| 0,4 | 0,24      |
| 0,3 | 0,21      |
| 0,2 | 0,16      |
| 0,1 | 0,09      |

Sumber : Lemeshow *et al.*, (1990:2)

Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menetapkan nilai P sebesar 0,5. Pemilihan nilai ini didasarkan pada pendapat Lemeshow et al. (1990) yang menyatakan bahwa penggunaan  $P = 0,5$  dalam rumus perhitungan sampel akan menghasilkan jumlah responden yang mencukupi untuk kebutuhan penelitian. Nilai tersebut turut diasumsikan yakni opsi serta dominan minim risiko sebab menghasilkan ukuran sampel maksimum. Sementara itu, tingkat presisi (d) yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 0,1 atau 10%. Berlandaskan pada persamaan sehingga dikemukakan oleh Lemeshow, menunjukkan bahwa proses pengolahan data keseluruhan kelompok terpilih diterapkan yakni tertera pada:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Dengan demikian, hasil proses pengolahan menunjukkan keseluruhan unit analisis senilai 96,04. Nilai tersebut lalu diperoleh angka bulat menghasilkan 100 guna mempermudah pelaksanaan penelitian. Oleh sebab tersebut, keseluruhan orang sehingga dipergunakan yakni subjek penelitian pada riset ditentukan minimal sebanyak 100 orang.

### **Metode Pengumpulan Data**

Kajian tersebut mengaplikasikan kedua kategori informasi, yakni data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi asli dimana dikumpulkan dengan cara interaksi tatap muka diperoleh dari pihak yang melakukan penelitian guna memberikan respon permasalahan kajian secara spesifik. Dalam hal tersebut, data primer didapatkan melaksanakan distribusi lembar pertanyaan terhadap konsumen yang melakukan pembelian tahu di Pasar

Gambir. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang telah dihimpun oleh pihak lain untuk keperluan selain penelitian ini. Sumber data sekunder diperoleh melalui studi pustaka, termasuk literatur yakni relevan sehingga topik pembahasan, beserta berbagai media seperti jurnal, majalah, surat kabar, internet, maupun sumber lainnya yang mendukung dan berkaitan dengan penelitian ini.

### **Metode Analisis Data**

Pendekatan analisis data dimana diterapkan pada kajian bertujuan guna melakukan pengujian hipotesis mengenai faktor-faktor dimana berdampak pada tingkat keinginan pembelian tahu pada Pasar Gambir. Teknik pengkajian dimana diterapkan merupakan proses penguraian regresi linier berganda. Sementara itu, untuk mengukur tanggapan responden dalam kuesioner, digunakan *Skala Likert*, sesuai dengan pendapat (Sugiyono, 2016).

Pada kajian tersebut skala angket dimana diterapkan ialah *skala likert* menggunakan format *checklist*. Langkah ini diambil untuk memudahkan orang pada mengisi pertanyaan yang disediakan dalam formulir kuesioner seluruh item pertanyaan.

**Tabel 5. Bobot Penilaian Skala Likert**

| Pernyataan                | Nilai Skor |
|---------------------------|------------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5          |
| Setuju (S)                | 4          |
| Kurang Setuju (KS)        | 3          |
| Tidak Setuju (TS)         | 2          |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1          |

*Sumber : (Juliandi, 2013)*

## Uji Validitas

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2017), validitas mengacu tingkat cakupan data dimana hasil pengumpulan peneliti secara tepat mencerminkan keadaan faktual dari objek kajian yang diteliti. Artinya, validitas menunjukkan tingkat kecermatan antara informasi yang diperoleh dengan kenyataan sebenarnya di lapangan.

Untuk menguji validitas butir pertanyaan dalam kuesioner, dilakukan analisis hubungan antar skor pada masing-masing butir terhadap hasil skor keseluruhan instrumen. Pada kajian tersebut, kajian menerapkan strategi hubungan *Pearson Product Moment* guna menilai tingkat pengujian kecermatan alat ukur masing-masing aspek penilaian. Rumus yang diterapkan dalam penelitian ini dapat dijabarkan seperti berikut:

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i - (\sum X_i) - \{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}}$$

*Sumber : (Sugiyono, 2017a)*

Berdasarkan formula korelasi yang digunakan, terdapat kriteria dalam menentukan validitas suatu item pernyataan, yaitu:

1. Apabila nilai koefisien korelasi dimana diperoleh (r hitung) melebihi nilai pada r tabel serta menunjukkan arah hubungan searah, sehingga butir tersebut dinyatakan memenuhi syarat validitas.
2. Apabila nilai r hitung berada di bawah r tabel, sehingga butir pernyataan tersebut belum memenuhi kriteria validitas.

## Uji Reliabilitas

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2011:172), keandalan instrumen mengacu pada tingkat akurasi atau keandalan alat ukur dalam mengukur suatu variabel.

Evaluasi keandalan data ditujukan guna mengetahui tingkat kemampuan instrumen menghasilkan temuan dimana tidak berubah sehingga stabil apabila diterapkan berulang kali terhadap objek yang sama dengan kondisi yang serupa. Pengujian reliabilitas biasanya ditunjukkan melalui koefisien Cronbach's Alpha, yang dapat dihitung dengan bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6, serta nilai alpha yang diperoleh lebih tinggi daripada nilai "Cronbach's Alpha if Item Deleted" (Ghozali, 2016).

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Penjelasan:

$r$  : Angka reliabilitas dari alat ukur yang digunakan

$k$  : Jumlah total item maupun butir pernyataan dalam instrumen

$\sum \sigma_{\beta}^2$  : Total varians dari masing-masing item pernyataan

$\sigma_t^2$  : Varians total dari keseluruhan skor

Kriteria Penilaian Reliabilitas:

1. Manakala angka koefisien Cronbach's Alpha yang bernilai  $\geq 0,60$ , Sehingga instrumen tersebut layak dikategorikan konsisten dapat diandalkan, artinya alat ukur memiliki konsistensi yang baik.
2. Manakala angka Cronbach's Alpha  $\leq 0,60$  menunjukkan bahwa instrumen tidak reliabel.

### **Regresi Linear Berganda**

Regresi linear berganda dimanfaatkan dalam kajian untuk mengetahui serta menganalisis sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun bentuk model persamaan regresi yang diterapkan dalam kajian dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$$

Penjelasan:

Y : Nilai dari komponen permintaan tahu.

X1 : Nilai Harga Tahu.

X2 : Nilai Tingkat Pendapatan.

X3 : Nilai Selera Konsumen.

B : Konstanta regresi, yaitu nilai Y saat semua variabel independen bernilai nol.

Koefisien  $\beta_1$ ,  $\beta_2$ , dan  $\beta_3$  menggambarkan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh setiap peubah bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) terhadap peubah terikat (Y).

### **Uji Asumsi Klasik**

Sebelum menerapkan analisis regresi linear berganda, diperlukan pemenuhan terhadap beberapa asumsi klasik guna memastikan bahwa hasil analisis yang diperoleh sah dan dapat diandalkan. Adapun pengujian terhadap asumsi-asumsi tersebut meliputi hal-hal berikut:

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan guna mengevaluasi nilai residual pada struktur model regresi mengikuti pola distribusi normal, yang secara visual ditandai dengan bentuk simetris menyerupai kurva lonceng (bell-shaped) tanpa kecenderungan condong ke kanan ataupun ke kiri. Salah satu metode visual yang umum digunakan untuk mengidentifikasi normalitas adalah grafik P–P Plot, dimana mengindikasikan kedekatan distribusi data dengan garis diagonal sebagai acuan normalitas.

Selain pendekatan visual, normalitas residual juga dapat diuji secara statistik menerapkan metode Kolmogorov–Smirnov (K–S). Dalam pengujian tersebut hipotesis nol ( $H_0$ ) menyatakan residual terdistribusi secara normal. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada angka signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed), manakala angka tersebut melebihi 0,05, sehingga residual dianggap memenuhi asumsi distribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ditujukan guna melihat kerangka analisis regresi mengalami ketidaksamaan varians dari residual (gangguan/error) pada setiap nilai variabel independen. Jika varians dari error bersifat konstan atau seragam, maka kondisi tersebut dinamakan homoskedastisitas, yang merupakan salah satu syarat dari kerangka analisis regresi secara baik. Sebaliknya, varians belum konstan, maka dialami heteroskedastisitas yakni dapat mengganggu validitas model.

Mengacu pada Ghozali (2016), pengujian heteroskedastisitas dilakukan guna mengetahui setiap kerangka analisis regresi terdapat perbedaan varians dari residual antar sebuah pengamatan terhadap pihak lainnya. manakala varian residual tetap stabil atau tetap oleh sebuah antar sesi pengamatan lainnya, maka dikatakan homoskedastisitas. Namun, bila terjadi ketidaksamaan varian, maka kondisi ini disebut heteroskedastisitas. Kerangka analisis regresi ditandai dengan terpenuhinya asumsi homoskedastisitas, yakni varians residual secara konstan. Deteksi gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui grafik scatterplot antara angka prediksi variabel dependen serta residual. Pola penyebaran secara acak menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

- 1) Manakala titik-titik scatterplot tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan kerangka bebas dari gejala heteroskedastisitas.
  - 2) Sebaliknya, manakala titik-titik menyebar membentuk pola teratur, malah ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas dalam kerangka regresi.
- c) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas menunjukkan adanya hubungan linier yang sangat tinggi atau mendekati sempurna antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Untuk mengetahui apakah masalah multikolinearitas terjadi, dapat dilakukan melalui mengamati angka toleransi serta angka Faktor Inflasi Varians (VIF), melalui perbandingan dapat dijelaskan sebagai:

- 1) Apabila angka VIF  $< 10$ , sehingga kerangka analisis regresi dianggap bebas melalui multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai tolerance melebihi 0,10. Sehingga dapat disimpulkan analisis kerangka regresi bebas melalui indikasi multikolinearitas.

### **Pengujian Hipotesis**

Setelah seluruh variabel dalam kajian tersebut diukur, tahap berikutnya ialah melaksanakan uji terhadap dugaan awal dimana telah dirumuskan. Pengujian bertujuan guna memperoleh hipotesis dapat dikonfirmasi atau tidak berdasarkan hasil analisis harus ditolak. Proses pengujian pengaruh antar variabel dilakukan melalui uji parsial dan uji simultan, karena itu pendekatan dimana diterapkan pelaksanaan riset, digunakan metode survei. Sebelum uji dilaksanakan, perlu disusun terlebih dahulu rancangan pengujian hipotesis. Pada saat kajian tersebut, pengujian hipotesis dilaksanakan guna mengetahui peranan variabel harga tahu

(X1), tingkat pendapatan (X2), serta selera konsumen (X3) mengenai variabel permintaan tahu (Y). Oleh karena itu, analisis dilakukan dengan meregresikan variabel bebas serta variabel terikat tersebut.

a) Uji T

Uji T digunakan guna mengevaluasi peranan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dianalisis secara parsial, dengan mengasumsikan bahwa variabel bebas lainnya berada dalam kondisi konstan. Apabila nilai signifikansi (p-value) lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Proses pengujiannya dilakukan dengan menghitung nilai t hitung terlebih dahulu, lalu dibandingkan melalui angka t tabel. Kriteria penentuan keputusan dalam pengujian ini dijelaskan sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila t hitung  $>$  t tabel melalui angka signifikansi di bawah 0,05, menandakan pengaruh parsial variabel bebas terhadap variabel terikat secara signifikan.
- 2) Sebaliknya, jika t hitung  $<$  t tabel dan signifikansi  $>$  0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

b) Uji F

Uji F dimanfaatkan guna menguji apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi: apabila nilai probabilitas (sig.)  $<$  0,05, sehingga terdapat pengaruh simultan secara signifikan. Proses pengujian dilakukan melalui

membandingkan nilai F hitung dan F tabel, melalui kriteria keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai F hitung melebihi F tabel serta nilai signifikansi ( $\alpha$ ) < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, secara berarti seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel dan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) lebih dari 0,05, maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) tidak dapat diterima. Ini berarti dari segi keseluruhan variabel bebas belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap variabel terikat.

### **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai  $R^2$  berada dalam rentang 0 hingga 1, dimana nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa model memiliki daya jelas yang tinggi atas hubungan antara variabel independen dan dependen. Nilai ini mencerminkan besarnya kontribusi variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat, yang umumnya dinyatakan dalam bentuk persentase dengan rumus:  $KD = R^2 \times 100\%$ .

KD = Koefisien Determinasi.

$R^2$  = Koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat.

100% = Persentase yang menunjukkan kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

### **Definisi dan Batasan Operasional Defenisi :**

#### **a. Defisi Operasional**

1. Konsumen merupakan individu yang menggunakan produk atau layanan untuk kepentingan pribadinya. Konsumen juga berperan sebagai pengambil keputusan yang memiliki wewenang sepenuhnya dalam menentukan apakah akan keputusan konsumen guna melakukan pembelian atau tidak terhadap suatu produk atau layanan.
2. Permintaan merujuk pada berbagai jenis dan jumlah barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen pada tingkat harga tertentu dalam periode waktu tertentu di suatu pasar. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan meliputi harga barang, pendapatan, preferensi konsumen, dan ekspektasi harga di masa depan. Dalam penelitian ini, permintaan yang dimaksud adalah permintaan terhadap tahu. Data yang digunakan diperoleh dari sumber primer melalui penyebaran kuesioner, serta didukung oleh data sekunder sebagai pelengkap.
3. Harga adalah sejumlah alokasi dana dimana harus dialokasikan pembeli sebagai imbalan atas produk serta layanan akan dimanfaatkan. Pada saat banyak kasus, harga sering diasosiasikan dengan kualitas, dimana harga mengalami kenaikan diasumsikan mencerminkan kualitas. Saat penelitian ini, menjadi fokus adalah harga tahu yang dijual di Pasar Gambir.
4. Pendapatan masyarakat menggambarkan kemampuan daya beli yang dimiliki individu atau rumah tangga. Tingkat pendapatan yang tinggi atau rendah akan memengaruhi baik kualitas maupun kuantitas barang yang diminta. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat pendapatan meliputi pendapatan bulanan, jenis pekerjaan, serta jumlah tanggungan keluarga. Dalam penelitian

ini, pendapatan masyarakat diukur berdasarkan jumlah pengeluaran mereka untuk membeli bahan makanan selama satu bulan.

5. Selera merupakan dorongan individu pada saat menetapkan guna mengonsumsi produk serta layanan. Preferensi konsumen cenderung bersifat dinamis dan dapat berubah seiring waktu. Peningkatan minat terhadap suatu produk umumnya akan berdampak pada naiknya permintaan, sedangkan penurunan minat dapat menyebabkan turunnya permintaan. Dalam penelitian ini, indikator yang diterapkan guna menilai selera meliputi penampilan menimbulkan kesan visual terhadap makanan, rasa sebagai sensasi yang dirasakan saat makanan dikonsumsi, serta tekstur yang menggambarkan struktur atau konsistensi dari makanan tersebut.

b. Batasan Operasional

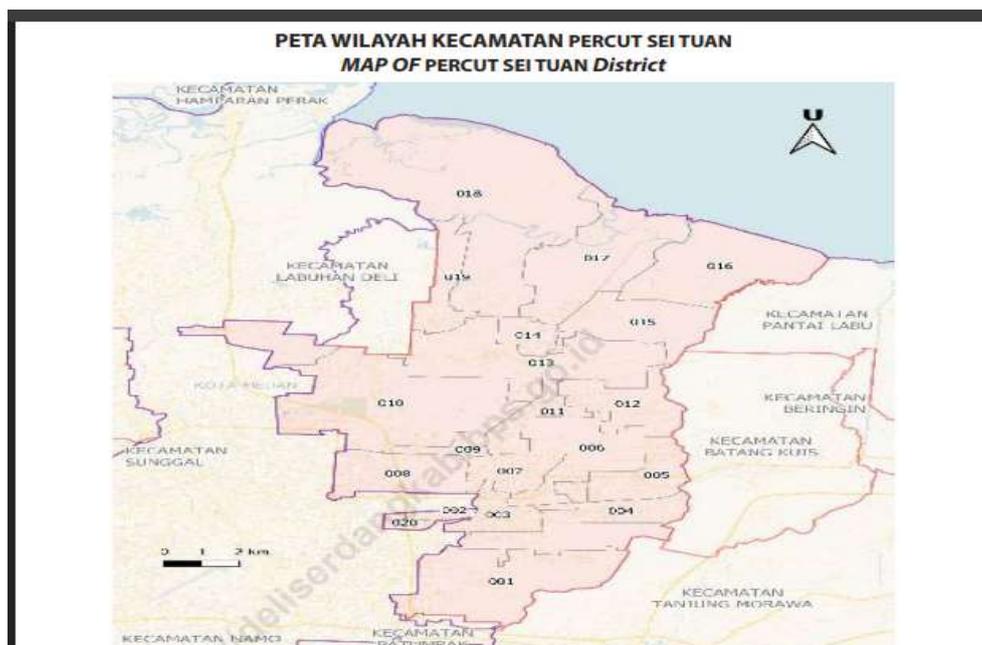
Guna memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya serta untuk membedakan kajian tersebut kajian sebelumnya, maka penelitian ini memiliki beberapa batasan yang dijadikan sebagai acuan dalam pelaksanaan studi.

1. Penelitian ini dilaksanakan dikawasan Pasar Gambir terletak di wilayah Kecamatan Percut Sei Tuan.
2. Waktu pelaksanaan kajian berlangsung selama tahun 2024 hingga 2025.
3. Subjek penelitian ini adalah konsumen serta pembeli tahu yang melakukan transaksi di Pasar Gambir, Kecamatan Percut Sei Tuan.
4. Variabel yang digunakan adalah Harga tahu, Pendapatan dan Selera.
5. Variabel yang diteliti adalah Permintaan terhadap tahu.

## DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

### Deskripsi Umum Lokasi Penelitian

Daerah Percut Sei Tuan dibawah Kabupaten Deli Serdang wilayah ini memiliki luas sekitar 17,079 km<sup>2</sup> dan berada berposisi di sisi timur Kota Medan. Berdasarkan data pendataan Penduduk tahun 2010, jumlah penduduknya tercatat sebanyak 384.672 penduduk, serta peningkatan 402.468 penduduk saat Sensus 2020. sehingga jumlah penduduk tersebut, Percut Sei Tuan menjadi sebuah lokasi tingkat henuian penduduk di Indonesia. Wilayah ini terdiri atas 20 desa, yang mayoritas berada di kawasan pinggiran Kota Medan.



Gambar 4. Peta Wilayah Kecamatan Percut Sei Tuan

Pada pertengahan tahun 2024, jumlah penduduk di Kecamatan Percut Sei Tuan tercatat mencapai 416.715 jiwa. Dari sisi kepercayaan, mayoritas penduduknya menganut agama Islam dengan persentase sebesar 86,65%. Sementara itu, penganut agama Kristen mencapai 11,34%, yang terdiri dari 9,96% pemeluk Protestan dan 1,38% pemeluk Katolik. Selain itu, terdapat pula pemeluk

agama Buddha sebanyak 1,94%, serta sejumlah kecil penduduk yang menganut Hindu, Konghucu, dan kepercayaan lainnya dengan persentase total sekitar 0,07%.

**Tabel 6. Kecamatan Percut Sei Tuan terdiri dari Desa dan Kelurahan**

| Nama              | Area/Km2 | Populasi Sensus |                      |
|-------------------|----------|-----------------|----------------------|
|                   |          | 2010            | Populasi sensus 2020 |
| Amplas            | 3.10     | 8,475           | 11,125               |
| Bandar Khalipah   | 7.25     | 38,381          | 41,53                |
| Bandar Klippa     | 18.48    | 34.834          | 35.665               |
| Bandar Setia      | 3.50     | 20,575          | 25,474               |
| Cinta Damai       | 11.76    | 4,739           | 5,008                |
| Cinta Rakyat      | 1.48     | 12,844          | 14,342               |
| Kenangan          | 1.27     | 22,138          | 20,372               |
| Kenangan Baru     | 0.72     | 22,738          | 21,186               |
| Kolam             | 5.98     | 14,561          | 17,679               |
| Laut Dendang      | 1.70     | 15,054          | 15,048               |
| Medan Estate      | 6.90     | 15,44           | 12,123               |
| Pematang Lalang   | 20.10    | 1,456           | 1,497                |
| Percut            | 10.63    | 13,44           | 14,64                |
| Saentis           | 24.00    | 16,219          | 17,947               |
| Sampali           | 23.93    | 27,838          | 25,061               |
| Sei Rotan         | 5.16     | 25,474          | 30,624               |
| Sumber Rejo Timur | 4.16     | 24,937          | 28,328               |
| Tanjung Rejo      | 19.00    | 9,338           | 10,273               |
| Tanjung Selamat   | 16.33    | 5,259           | 5,47                 |
| Tembung           | 5.35     | 50,932          | 49,076               |

*Sumber : BPS SUMUT, 2024*

### Demografi Penduduk

Berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Deli Serdang tahun 2023, jumlah penduduk Kecamatan Percut Sei Tuan mencapai 455.495 jiwa, dengan tingkat kepadatan sebesar 2.667 jiwa per kilometer persegi. Rasio jenis kelamin tercatat mencapai 99, dimana ditemukan 99 pria untuk masing-masing 100 wanita. Pada tahun tersebut, Desa Tembung menjadi wilayah dengan populasi terbanyak, yakni sebesar 12,26% dari total penduduk kecamatan,

sementara Desa Pematang Lalang memiliki jumlah penduduk paling sedikit dengan proporsi hanya 0,35%. Dalam hal kepadatan penduduk, Desa Kenangan Baru menempati urutan pertama dengan 39.814 jiwa per km<sup>2</sup>, diikuti oleh Desa Kenangan dengan 24.099 jiwa per km<sup>2</sup>. Adapun desa dengan kepadatan paling rendah adalah Desa Pematang Lalang yang hanya dihuni oleh 78 jiwa per km<sup>2</sup>.

Mengacu pada data Potensi Desa (Podes) tahun 2023, Kecamatan Percut Sei Tuan memiliki sebanyak 23 fasilitas lembaga keuangan, yang mencakup 19 unit Lembaga perbankan terdiri atas Bank Umum milik negara, 10 Bank Umum swasta, serta 4 unit-unit Bank Perkreditan Rakyat. Selain itu, terdapat pula 34 koperasi aktif, yang terdiri dari 20 Koperasi Unit Desa (KUD), 8 koperasi yang bergerak di sektor industri kecil dan kerajinan rakyat, serta 6 koperasi simpan pinjam. Di tahun yang sama, tersedia 24 pusat pertokoan, 10 pasar permanen, 6 pasar dengan bangunan semi permanen, 7 pasar tanpa bangunan fisik, serta 83 unit mini market, swalayan, atau supermarket yang tersebar di wilayah kecamatan tersebut.

### **Karakteristik Responden**

Data diperoleh melalui distribusi kuesioner langsung terhadap responden. Kuesioner telah diisi kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS for Windows, dan selanjutnya dilakukan tabulasi data dengan Microsoft Office Excel 2010. Waktu yang diberikan untuk pengisian dan pengumpulan kuesioner berlangsung selama kurang lebih empat minggu atau satu bulan. Informasi demografis utama diulas pada saat kajian mencakup usia, jenis kelamin, pendapatan per bulan, jumlah anggota keluarga, serta frekuensi pembelian tahu dalam satu minggu.

**Tabel 7. Usia**

|       |                 | Frequency | Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|
| Valid | 31-40 tahun     | 18        | 18.0    |
|       | 41-50 tahun     | 58        | 58.0    |
|       | Diatas 50 tahun | 24        | 24.0    |
|       | Total           | 100       | 100.0   |

*Sumber : Olah data primer, 2025*

Berdasarkan Tabel 7. Mayoritas partisipan dijadikan sampel pada saat kajian tersebut berada pada kelompok usia 41–50 tahun, Dimana mencakup 58% dari total responden.

**Tabel 8. Jenis Kelamin**

|       |           | Frequency | Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|
| Valid | Laki Laki | 10        | 10.0    |
|       | Perempuan | 90        | 90.0    |
|       | Total     | 100       | 100.0   |

*Sumber : Olah data primer, 2025*

Berdasarkan Tabel 8. Komposisi jenis kelamin responden pada saat kajian memperlihatkan porsi tertentu tinggi partisipan berasal dari kelompok jenis kelamin tertentu adalah perempuan yang berjumlah 90% dari keseluruhan sampel hal ini menunjukkan bahwa yang sering berbelanja dipasar adalah kaum perempuan.

**Tabel 9. Pendapatan/Bulan**

|       |              | Frequency | Percent |
|-------|--------------|-----------|---------|
| Valid | 2,5-3,5 juta | 12        | 12.0    |
|       | 3,5-4,5 juta | 77        | 77.0    |
|       | > 4,5 Juta   | 11        | 11.0    |
|       | Total        | 100       | 100.0   |

*Sumber : Olah data primer, 2025*

Berdasarkan Tabel 9. Menunjukkan hasil penelitian rata-rata pendapatan responden/bulan, mayoritas responden memiliki pendapatan perbulan adalah 3,5-4,5 juta dengan jumlah 77% dari responden keseluruhan. Hal ini menunjukkan dalam penelitian ini responden memiliki pendapatan diatas UMR.

**Tabel 10. Jumlah Anggota Keluarga**

|       |                | Frequency | Percent |
|-------|----------------|-----------|---------|
| Valid | 2-3 orang      | 23        | 23.0    |
|       | 4-5 orang      | 65        | 65.0    |
|       | diatas 5 orang | 12        | 12.0    |
|       | Total          | 100       | 100.0   |

*Sumber : Olah data primer, 2025*

Berdasarkan Tabel 10. Menunjukkan dalam penelitian ini mayoritas responden memiliki tanggungan keluarga berjumlah 4-5 orang dengan total 65% dari untuk itu penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah konsumsi pangan responden terbilang cukup banyak sebab harus memberikan makan 4-5 orang dalam 1 rumah tangga.

**Tabel 11. Jumlah Pembelian Tahu**

|       |                   | Frequency | Percent |
|-------|-------------------|-----------|---------|
| Valid | 1-2 kali 1 minggu | 24        | 24.0    |
|       | 3-4 kali 1 minggu | 66        | 66.0    |
|       | 4-6 kali 1 minggu | 10        | 10.0    |
|       | Total             | 100       | 100.0   |

*Sumber : Olah data primer, 2025*

Berdasarkan Tabel 11. Menunjukkan jumlah rata-rata pembelian tahu dalam 1 minggu menunjukkan pembelian tahu, hasil penelitian ini menunjukkan rata rata responden membeli tahu dalam 1 minggu sebanyak 3-4 kali yakni 66% dari total responden keseluruhan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden cukup sering membeli tahu dalam menu harian mereka.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Pengolahan Data Secara Deskriptif

**Tabel 12. Data Variabel Harga Tahu (X1)**

| Item | Mean | Minimum | Maximum |
|------|------|---------|---------|
| x1.1 | 4.01 | 1.00    | 5.00    |
| x1.2 | 4.01 | 1.00    | 5.00    |
| x1.3 | 3.96 | 1.00    | 5.00    |
| x1.4 | 3.97 | 1.00    | 5.00    |
| x1.5 | 4.18 | 1.00    | 5.00    |
| x1.6 | 4.17 | 1.00    | 5.00    |
| x1.7 | 3.92 | 1.00    | 5.00    |
| x1.8 | 4.03 | 1.00    | 5.00    |

*Sumber : Olah data primer, 2025*

Tabel diatas menunjukkan beberapa hal yang perlu diperhatikan soal harga tahu adalah beberapa responden belum setuju jika tahu walaupun memiliki harga tahu yang murah tetapi memiliki kandungan gizi yang bisa disesuaikan dengan protein hewani, kemudian untuk bahan makanan dengan harga tahu yang sangat terjangkau tahu menurut responden belum memiliki kandungan gizi yang memenuhi kebutuhan juga harga tahu termasuk murah sesuai dengan manfaatnya belum sesuai dengan harapan responden.

**Tabel 13. Data Variabel Pendapatan (X2)**

| Item | Mean | Minimum | Maximum |
|------|------|---------|---------|
| x2.1 | 4,26 | 3.00    | 5.00    |
| x2.2 | 4,18 | 2.00    | 5.00    |
| x2.3 | 4,28 | 3.00    | 5.00    |
| x2.4 | 4,03 | 2.00    | 5.00    |
| x2.5 | 4,33 | 3.00    | 5.00    |
| x2.6 | 4,28 | 3.00    | 5.00    |

*Sumber : Olah data primer, 2025*

Tabel diatas menunjukkan bahwa bagaimana pun kondisinya memang pendapatan responden memberikan peningkatan terhadap permintaan tahu,

sebab pada dasarnya responden jika memiliki pendapatan lebih mereka akan memilih protein hewani jika dibandingkan dengan tahu. Ketika pendapatan individu atau masyarakat mengalami peningkatan, maka permintaan terhadap suatu produk juga cenderung meningkat, asalkan produk tersebut termasuk kategori barang normal. Namun, jika barang tersebut tergolong berkualitas rendah, maka peningkatan pendapatan justru dapat menyebabkan penurunan dalam tingkat konsumsi pada produk yang diteliti (Fatimah *et al.*, 2018a).

**Tabel 14. Data Variabel Selera (X3)**

| Item | Mean | Minimum | Maximum |
|------|------|---------|---------|
| x3.1 | 4,09 | 1.00    | 5.00    |
| x3.2 | 4,08 | 1.00    | 5.00    |
| x3.3 | 4,08 | 1.00    | 5.00    |
| x3.4 | 3,89 | 1.00    | 5.00    |
| x3.5 | 3,98 | 1.00    | 5.00    |
| x3.6 | 4,09 | 1.00    | 5.00    |

*Sumber : Olah data primer, 2025*

Tabel diatas menunjukkan bahwa permasalahan selera konsumen akan tahu terletak pada responden yang kurang menyukai rasa tahu yang baru dimasak sebab memiliki aroma yang kurang menggugah selera, tahu yang tidak memiliki tekstur yang bisa disesuaikan dengan kemauan responden.

**Tabel 15. Data Variabel Permintaan Tahu (Y)**

| Item | Mean | Minimum | Maximum |
|------|------|---------|---------|
| y.1  | 4,16 | 1.00    | 5.00    |
| y.2  | 4,25 | 3.00    | 5.00    |
| y.3  | 4,28 | 3.00    | 5.00    |
| y.4  | 3,97 | 2.00    | 5.00    |
| y.5  | 4,28 | 3.00    | 5.00    |
| y.6  | 4,26 | 2.00    | 5.00    |
| y.7  | 4,25 | 3.00    | 5.00    |
| y.8  | 4,09 | 1.00    | 5.00    |
| y.9  | 4,16 | 1.00    | 5.00    |
| y.10 | 4,10 | 1.00    | 5.00    |

*Sumber : Olah data primer, 2025*

Hasil statistik deskriptif diatas menunjukkan responden tidak membeli tahu sebab kedua produk tersebut memiliki harga tahu yang stabil sehingga bisa menjadi lauk mendesak, dan juga sebagian responden membeli tahu sebab kedua produk tersebut cukup untuk dibagi bagi keseluruhan anggota keluarga mereka.

### **Uji Validitas**

Kajian perbedaan di kalangan angka r-hitung dan r-tabel dimanfaatkan guna dasar untuk menentukan validitas suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid dan layak digunakan lebih lanjut apabila nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Pada saat kajian melibatkan kuantitas partisipan sebanyak 100 individu dan tingkat makna statistik senilai 0,05, diperoleh nilai r-tabel senilai 0,195. Mengacu pada temuan pengujian validitas disajikan dalam konteks Lampiran 4 (output SPSS), segenap angka korelasi menunjukkan angka lebih besar 0,195, akibatnya memungkinkan diperoleh simpulan segenap alat ukur diterapkan memenuhi syarat validitas.

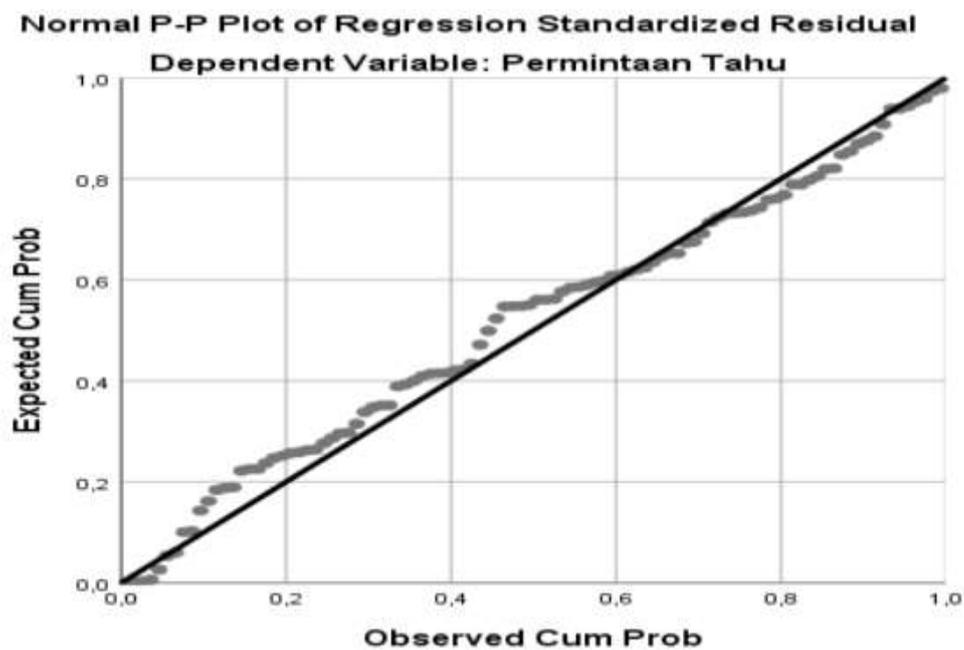
### **Uji Reliabilitas**

Guna memastikan informasi pada kajian bersifat konsisten serta dapat dipercaya, maka item-item instrumen yang telah dinyatakan valid juga diuji reliabilitasnya. sebuah alat ukur digolongkan andal bilamana besaran indeks reliabilitas Cronbach's Alpha tercatat di atas 0,60. Sebagai kebalikannya, instrumen dianggap tidak reliabel bila koefisien Alpha menunjukkan angka kurang dari 0,60. Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Lampiran 4 (output SPSS), seluruh nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,60, sehingga seluruh instrumen dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan guna mengevaluasi variabel independen serta dependen pada model regresi memiliki pola distribusi dimana mendekati normal. bilamana titik-titik data tersebar disekitar garis diagonal serta membentuk pola secara searah dengannya, sehingga diperoleh simpulan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 5. P-plot normalitas

Distribusi data pada grafik secara mengikuti garis diagonal menunjukkan terlihat instrumen kajian memenuhi asumsi normalitas. Hasil ini dikonfirmasi lebih lanjut melalui uji statistik Kolmogorov-Smirnov sebagai metode pendukung.

**Tabel 16. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 2.44981574              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .088                    |
|                                  | Positive       | .046                    |
|                                  | Negative       | -.088                   |
| Test Statistic                   |                | .088                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .056 <sup>a</sup>       |

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Olah data primer, 2025

Nilai Asymp. Sig. yang tercantum pada Tabel 12 menunjukkan tingkat signifikansi dua sisi sebesar 0,056. Karena angka ini melampaui 0,05 ( $0,056 > 0,05$ ), Dengan demikian, dapat diperoleh simpulan terlihat data pada penelitian mengikuti distribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Persyaratan pengujian ditampilkan dalam tabel berikut. Pengujian ini diarahkan guna mengevaluasi dalam rangka menguji formula regresi menunjukkan terdapatnya hubungan yang signifikan diantara unsur yang diteliti.

**Tabel 17. Coefficients<sup>a</sup>**

| Model         | Collinearity Statistics |       |
|---------------|-------------------------|-------|
|               | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)  |                         |       |
| X1_Harga tahu | .761                    | 1.314 |
| X2_Pendapatan | 1.000                   | 1.000 |
| X3_Selera     | .761                    | 1.314 |

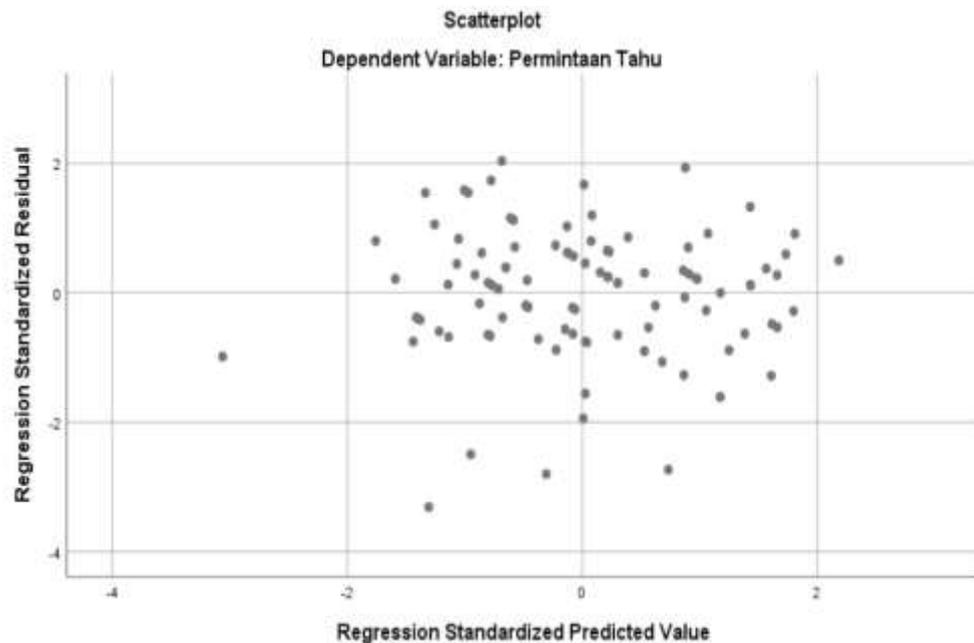
a. Dependent Variable: Permintaan Tahu

Sumber : Olah data primer, 2025

Kajian ini tidak mengandung gejala multikolinearitas pada variabel independennya, yang dibuktikan melalui pengujian menggunakan angka faktor inflasi varians (VIF). Berdasarkan hasil pengujian, Setiap variabel independen menunjukkan angka VIF yang berada dalam batas toleransi yang diperbolehkan.

Sebuah model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai toleransi lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

### Uji Heterokedastisitas



Gambar 6. *Scatterplot*

Gambar tersebut memperlihatkan mengindikasikan bahwa plot data menyebar melalui pemilihan acak tidak menunjukkan kecenderungan pola sistematis, dan tersebar merata sebelumnya serta terletak disisi bawah garis horizontal pada sumbu vertikal. Temuan ini menunjukkan bahwa model regresi bebas dari indikasi heteroskedastisitas. **Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Permintaan Tahu Di Pasar Gambir**

### Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi dengan moderator merupakan bentuk pengembangan dari regresi dasar. Variabel moderator berperan dalam mengintensifkan maupun mereduksi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Rumusan matematis dari model regresi moderasi disajikan sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \alpha_3$$

**Tabel 18. Coefficients<sup>a</sup>**

| Model         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|               | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)  | 13.782                      | 1.169      |                           | 11.786 | .000 |
| X1_Harga tahu | .369                        | .049       | .658                      | 7.552  | .000 |
| X2_Pendapatan | .644                        | .067       | .368                      | 9.660  | .000 |
| X3 Selera     | -.009                       | .056       | -.013                     | -.156  | .876 |

a. Dependent Variable: Permintaan Tahu

Sumber : Olah data primer, 2025

Tabel tersebut menunjukkan bahwa:

$$13.782 = 0,369 + 0,644 + (-0,009) + \alpha_3$$

1. Berdasarkan hasil estimasi, angka konstanta tercatat sebesar 13,782 mengindikasikan bahwa apabila variabel independen seperti harga tahu (X1), pendapatan masyarakat (X2), dan selera konsumen (X3) diasumsikan konstan atau tidak mengalami perubahan, maka permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung tetap berada pada angka sebesar 13,782.
2. Koefisien regresi pada variabel harga tahu (X1) sebesar 0,369 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan harga tahu sebesar 1% akan menyebabkan peningkatan permintaan tahu sebesar 0,369 satuan, dengan asumsi variabel lainnya berada dalam kondisi konstan.
3. Besarnya koefisien regresi yang dimiliki oleh variabel pendapatan masyarakat (X2) memiliki nilai 0,644 mengartikan bahwa setiap peningkatan pendapatan sebesar 1% akan mendorong peningkatan permintaan tahu senilai 0,644, dalam kondisi dimana variabel bebas lainnya tetap.

4. Angka hasil perhitungan regresi variabel selera konsumen (X3) bernilai -0,009 menunjukkan bahwa penurunan selera konsumen senilai 1% diperkirakan mengakibatkan penyusutan permintaan tahu senilai 0,009. Nilai negatif ini mengindikasikan adanya hubungan yang berlawanan arah antara selera dan permintaan tahu.

### Uji Kesesuaian Model

#### Koefisien Determinasi

**Tabel 19. Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .984 <sup>a</sup> | .968     | .967              | .66807                     |

a. Predictors: (Constant), Selera, Pendapatan, Harga tahu

b. Dependent Variable: Permintaan Tahu

Sumber : Olah data primer, 2025

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,968 mengindikasikan bahwa 96,8% variasi pada variabel dependen, yaitu permintaan tahu, dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen yang digunakan dalam model, yakni harga tahu, pendapatan masyarakat, serta preferensi konsumen. Adapun sisanya, yaitu sebesar 3,2%, dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak diamati dalam penelitian ini.

#### Uji F (Uji Secara Simultan)

Pengujian ini bertujuan guna melihat apakah terdapat pengaruh seluruh variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Dengan kata lain, dapat dilakukan guna melihat hubungan kolektif antar variabel bebas dengan variabel terikat pada suatu model dalam penelitian. Untuk pada tabel dibawah adalah perbandingan Selera, Pendapatan, Harga tahu dengan permintaan tahu.

mendekati 1, berarti menunjukkan signifikansi pengaruh antar semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 20. ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F       | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 1287.154       | 3  | 429.051     | 961.328 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 42.846         | 96 | .446        |         |                   |
|       | Total      | 1330.000       | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Permintaan Tahu

b. Predictors: (Constant), Selera, Pendapatan, Harga tahu

Sumber : Olah data primer, 2025

Dapat dilihat  $N = 100$  dan  $df = N-3$  (97) dengan penggunaan tingkat kesalahan senilai 5%, telah didapatkan nilai  $f$  tabel dengan nilai sebesar 2.70 guna nilai  $f$  adalah 961.328 serta nilai sig adalah 0,000; jika  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel, diperoleh simpulan bahwa pengaruh signifikansi bagi semua variabel yang diteliti antara variabel independent dalam memengaruhi variabel dependen. Pada saat penelitian ini nilai  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel ( $961.328 > 2.70$ ) serta taraf signifikansi  $0.000 < 0.05$  menunjukkan pengaruh yang signifikan antara Selera, Pendapatan, Harga tahu terhadap permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung.

### Uji T (Uji Secara Parsial)

**Tabel 21. Coefficients<sup>a</sup>**

| Model         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|               | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)  | 13.782                      | 1.169      |                           | 11.786 | .000 |
| X1_Harga tahu | .369                        | .049       | .658                      | 7.552  | .000 |
| X2_Pendapatan | .644                        | .067       | .368                      | 9.660  | .000 |
| X3_Selera     | -.009                       | .056       | -.013                     | -.156  | .876 |

a. Dependent Variable: Permintaan Tahu

Sumber : Olah data primer, 2025

a. Harga Tahu dengan Permintaan Tahu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa  $t$  hitung pada bagian variabel harga tahu memiliki nilai sebesar 7,552 memiliki tingkat signifikansi 0,000. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden serta derajat kebebasan ( $df = N - 3$ ), diperoleh nilai  $t$  tabel senilai 1,985. memiliki nilai untuk  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yang didapatkan ( $7,552 > 1,985$ ) serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat diperoleh simpulan bahwa secara parsial variabel harga tahu berpengaruh signifikan terhadap tingkat permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung.

b. Pendapatan dengan Permintaan Tahu

Hasil analisis, nilai pada  $t$  hitung yang didapatkan pada variabel pendapatan diperoleh nilai senilai 9,660 dengan memiliki tingkat signifikansi 0,000. jumlah responden sebanyak 100 orang serta derajat kebebasan ( $df = N - 3$ ), sehingga didapatkan nilai  $t$  tabel yaitu 1,985. Nilai pada  $t$  hitung menunjukkan lebih besar dibandingkan  $t$  tabel ( $9,660 > 1,985$ ) serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat diperoleh simpulan pada variabel pendapatan digunakan secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung.

c. Selera dengan Permintaan Tahu

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai pada  $t$  hitung guna variabel selera adalah senilai -0,156 dengan tingkat signifikansi 0,876. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden serta derajat kebebasan ( $df = N - 3$ ), diperoleh nilai  $t$  tabel sebesar 1,985. Karena nilai yang didapat pada  $t$  hitung lebih kecil dari pada  $t$  tabel ( $-0,156 < 1,985$ ) serta memiliki tingkat signifikansi melebihi 0,05

(0,876 > 0,05), sehingga dapat diambil kesimpulan hasil penelitian ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh secara parsial antar selera dalam mempengaruhi permintaan tahu di pasar gambir tembung.

### **Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Tahu di Pasar Gambir**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan harga tahu memiliki pengaruh yang signifikan guna mempengaruhi tingkat permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung. Hal ini sejalan dengan prinsip dasar permintaan, yang memberikan penjelasan memiliki sifat yang negative antara hubungan harga dan jumlah barang yang diminta, dengan beberapa asumsi menjelaskan faktor-faktor lainnya tetap konstan (*ceteris paribus*). Artinya, apabila harga tahu mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan cenderung menurun karena daya beli konsumen menurun. Sebaliknya, apabila harga tahu menurun, permintaan konsumen akan meningkat karena harga menjadi lebih terjangkau.

Tahu sebagai sumber protein nabati memiliki keunggulan utama pada harganya yang relatif terjangkau. Perubahan harga tahu, baik naik maupun turun, akan berdampak langsung pada jumlah permintaan konsumen. Ketika harga tahu memiliki harga yang naik maka pada produk tahu akan mengalami permintaan yang menurun. Namun sebaliknya jika harga tahu yang mengalami penurunan akan mendorong untuk peningkatan pada permintaan tahu tersebut. Dengan demikian, fluktuasi harga tahu akan memberikan arah yang berlawanan dengan tingkat permintaan tahu tersebut (Rosyidah *et al.*, 2020). Pada penelitian yang sudah dilakukan (Ikhsan *et al.*, 2019) memberikan penjelasan harga dapat memberikan pengaruh untuk memenuhi permintaan tahu.

### **Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Tahu di Pasar Gambir**

Menunjukkan secara uji parsial pendapatan memberikan hasil yang berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi permintaan produk tahu di Pasar Gambir. Tembung Pendapatan memiliki dampak pengaruh signifikan dalam mempengaruhi tingkat permintaan tahu tersebut. Ketika pendapatan pada masyarakat mengalami peningkatan, permintaan tahu cenderung meningkat pula, karena konsumen memiliki daya beli yang lebih besar. Sebaliknya, manakala pendapatan masyarakat turun, sehingga permintaan tahu kemungkinan besar akan menurun karena daya beli konsumen menurun.

Ketika pendapatan menurun, konsumen cenderung guna mengurangi pengeluaran mereka pada barang yang dianggap tidak dibutuhkan juga tidak penting atau kurang prioritas. Tahu, sebagai produk yang relatif terjangkau, mungkin masih menjadi pilihan, tetapi permintaannya bisa saja menurun manakala konsumen harus mengurangi konsumsi makanan secara keseluruhan.

Pendapatan bagi masyarakat memberikan gambaran kemampuan membeli yang dimiliki. Tinggi ataupun rendahnya penghasilan yang didapatkan akan berdampak terhadap jumlah mutu barang yang diminta. Ketika pendapatan seseorang menurun, jumlah uang yang tersedia untuk konsumsi juga berkurang, sehingga masyarakat cenderung mengurangi pengeluaran, baik guna sebagian barang maupun sebagian besar kebutuhan. Apabila permintaan terhadap suatu barang ikut menurun seiring dengan turunnya pendapatan, sehingga barang tersebut termasuk dalam kategori barang normal (Arwin *et al.*, 2019). Hasil ini dapat dikuatkan serta dijelaskan (Fitriani *et al.*, 2017) penelitiannya memberikan keterangan pada tingkat pendapatan memiliki pengaruh guna masyarakat dalam

mempengaruhi tingkat permintaan atau pembelian.

### **Pengaruh Selera Terhadap Permintaan Tahu Di Pasar Gambir**

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan pada selera tidak memberikan efek pengaruh signifikan untuk tingkat permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung. Meskipun secara teoritis selera konsumen dapat memengaruhi permintaan, dimana peningkatan minat atau kesukaan terhadap tahu akan mendorong peningkatan permintaan, dan sebaliknya, namun dalam penelitian ini pengaruh tersebut tidak terbukti secara statistik signifikan. Semakin tinggi selera konsumen terhadap tahu, semakin besar pula keinginan mereka guna mengonsumsinya, sehingga permintaan tahu akan meningkat, manakala ada inovasi rasa atau jenis baru yang ada diterapkan pada produk tahu bisa disesuaikan dengan selera konsumen, hal ini dapat mendorong peningkatan permintaan.

Preferensi konsumen cenderung mengalami perubahan seiring waktu. Ketika ketertarikan terhadap suatu produk meningkat, hal ini umumnya akan berdampak pada peningkatan permintaan terhadap produk tersebut. Sebaliknya, penurunan minat konsumen biasanya menyebabkan penurunan permintaan. Bilamana minat atau ketertarikan konsumen terhadap suatu barang atau jasa tinggi, sehingga hal tersebut cenderung memengaruhi keputusan pembelian secara positif. Secara teoritis, selera berperan dalam menentukan keputusan pembelian karena melibatkan sejumlah aspek seperti persepsi konsumen terhadap produk, kegunaan atau manfaatnya, daya tahan, bentuk fisik, serta tampilan desain produk tersebut (Priansa, 2022). Merujuk hasil yang memiliki hasil berbeda dari penelitian (Arrohmah & Rum, 2022), bahwasannya penjelasan penelitiannya bahwa selera memberikan pengaruh dalam permintaan tahu.

## **Pengaruh Harga Tahu, Pendapatan Dan Selera Terhadap Permintaan Tahu Di Pasar Gambir Tembung**

Hasil penelitian menunjukkan indikasikan adanya pengaruh signifikan antara selera, pendapatan, serta harga tahu terhadap tingkat permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung. Nilai koefisien determinasi (R-squared) senilai 0,968 menunjukkan bahwa senilai 96,8% variasi dalam permintaan tahu dapat terangkan melalui tiga variabel yang digunakan tersebut. Sementara itu, sisanya sebesar 3,2% menunjukkan bahwa dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, yang tidak diterapkan pada penelitian permintaan tahu di pasar gambir tembung.

Hasil analisis menunjukkan bahwa jenis kacang yang paling banyak dikonsumsi adalah kacang kedelai yang diikuti oleh kacang hijau dan kacang tanah, hal ini menunjukkan bahwa tahu yang merupakan produk turunan kacang kedelai memiliki tingkat konsumsi yang cukup tinggi, bahwa konsumsi tahu melebihi tingkat konsumsi telur dan daging unggas. Temuan ini mencerminkan bahwa tahu memiliki tingkat permintaan yang cukup tinggi di kalangan masyarakat. Berdasarkan teori permintaan, konsumen bersedia untuk beli barang pada harga tertentu mungkin barang dapat dinilai memiliki nilai atau manfaat bagi mereka. Permintaan dapat diartikan sebagai kuantitas barang yang ada disediakan dan mampu untuk dijual belikan. Untuk itu konsumen harus pandai dalam menyesuaikan berbagai tingkat harga dalam suatu periode tertentu, dalam pencakupan untuk membeli barang dengan asumsi bahwa pada faktor-faktor lain yang tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*) (Fatimah *et al.*, 2018).

Tahu sebagai sumber protein dan gizi juga memiliki harga murah serta terjangkau. Fluktuasi harga barang atau jasa akan dipengaruhi oleh jumlah barang

yang diminta konsumen itu sendiri. Pada saat harga alami kenaikan, jumlah yang diminta akan berdampak menurun, untuk jika harga alami penurunan, maka akan berdampak pada permintaan menjadi meningkat. Beberapa asumsi jika faktor lain tetap (*ceteris paribus*), maka perubahan pada harga akan menjadikan perubahan dengan jumlah permintaan ke arah berlawanan (Rosyidah *et al.*, 2020).

Pendapatan masyarakat merefleksikan tingkat kemampuan daya beli mereka. Ketika pendapatan masyarakat rendah, jumlah uang yang tersedia untuk dibelanjakan menjadi terbatas, sehingga konsumsi terhadap berbagai jenis barang juga menurun. Sebaliknya, jika pendapatan meningkat, maka pengeluaran untuk kebutuhan dan keinginan juga cenderung meningkat. Suatu barang dikategorikan sebagai barang normal apabila permintaannya meningkat seiring dengan naiknya pendapatan, dan menurun ketika pendapatan menurun (Arwin *et al.*, 2019). Ketika penghasilan individu mengalami peningkatan, memiliki kecenderungan untuk membeli barang juga meningkat, terutama untuk barang-barang yang tergolong sebagai barang normal. Namun, jika barang dimaksud merupakan barang inferior atau berkualitas buruk, kemungkinan peningkatan pendapatan akan menyebabkan penurunan pada permintaan suatu barang, karena konsumen cenderung beralih ke produk dengan kualitas yang lebih baik (Fatimah *et al.*, 2018).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji t, variabel harga tahu terbukti memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 7,552 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1,985, serta taraf signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, harga tahu secara signifikan memengaruhi tingkat permintaan tahu dilokasi penelitian.
2. Berdasarkan hasil uji t, dapat diperoleh simpulan bahwa variabel pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 9,660 yang melebihi nilai t tabel sebesar 1,985, serta taraf signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, pendapatan masyarakat berperan penting saat menentukan tingkat permintaan tahu dilokasi penelitian.
3. Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa variabel selera konsumen tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap permintaan tahu di Pasar Gambir Tembung. Hal ini diperkuat oleh nilai t hitung sebesar -0,156 yang lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,985, serta taraf signifikansi sebesar 0,876 yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, selera konsumen tidak berkontribusi secara signifikan saat menentukan permintaan tahu dilokasi penelitian.

## Saran

1. Hal yang perlu diperhatikan soal harga tahu adalah beberapa responden belum setuju jika tahu walaupun memiliki harga tahu yang murah tetapi memiliki kandungan gizi yang bisa disesuaikan dengan protein hewani, kemudian untuk bahan makanan dengan harga tahu yang sangat terjangkau tahu menurut responden belum memiliki kandungan gizi dan rasa mengikuti kebutuhan pihak terkait serta harga tahu murah berdasarkan manfaatnya belum sesuai dengan harapan responden. Sehingga peran pemerintah adalah bisa memastikan bahwa tahu walaupun memiliki harga tahu yang murah namun tetap bisa memenuhi kebutuhan gizi Masyarakat.
2. Dari segi pendapatan hal yang perlu diperjelas kepada masyarakat adalah Pendapatan yang diterima per bulannya akan cukup jika masyarakat mau menggabungkan protein hewani dan protein nabati sebagai lauk makan sekeluarga juga walaupun pendapatan yang pendapatkan masyarakat lebih memadai mereka juga harus tetap mau mengkonsumsi protein nabati sebagai sumber protein sehat lainnya.
3. Beberapa responden beranggapan bahwa tahu tidak memiliki aroma yang menggugah selera, dan tidak memiliki tekstur yang bisa disesuaikan dengan kemauan responden, kelemahan seperti ini bisa dikurangi dengan membuat produk turunan tahu yang bisa menyesuaikan dengan selera Masyarakat.
4. Hasil statistik deskriptif diatas menunjukkan bahwa responden tidak membeli tahu sebab kedua produk tersebut memiliki harga tahu yang stabil untuk dijadikan, dan juga sebagian responden membeli tahu sebab kedua produk tersebut tidak cukup untuk dibagi bagi keseluruh anggota keluarga mereka,

sehingga dalam hal ini pemerintah perlu menerapkan regulasi ukuran dengan harga tahu sehingga tidak ada perbedaan antara satu daerah dengan daerah lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amarodin, M. (2014). PERAN EKONOMI MAKRO DAN MIKRO. *Eksyar*.
- Angreini, N., Rahim, M., & Salam, I. (2021). Analisis Pengembangan Komoditas Unggulan Sub Sektor Hortikultura Di Kabupaten Konawe. *Jurnal Perencanaan Wilayah*. <https://doi.org/10.33772/jpw.v6i1.17334>
- Arrohmah, R. N. A., & Rum, M. (2022). Strategi Pengembangan Industri Keripik Tempe di Dusun Kedungprawan Desa Gendingan Kecamatan Widodaren Kabupaten Ngawi. *AGRISCIENCE*. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i1.15451>
- Arwin, A., Muhammad, S., & Masbar, R. (2019). ANALISIS PERMINTAAN DAN PENAWARAN UANG DI INDONESIA. *JURNAL PERSPEKTIF EKONOMI DARUSSALAM*. <https://doi.org/10.24815/jped.v5i1.14564>
- Asnah, A., & Sari, D. (2021). Pengantar Ilmu Ekonomi Makro (Introduction to Macro Economics). *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3786438>
- Butarbutar, N., Silalahi, M., Julyanthry, J., & Sudirman, A. (2020). Kepuasan pengguna Market Place Shopee yang ditinjau dari aspek Word of Mouth dan pengalaman konsumen. *Al Tijarah*. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5681>
- Fatimah, A. T., Effendi, A., & Amam, A. (2018a). KONEKSI MATEMATIS PADA KONSEP EKONOMI (PERMINTAAN DAN PENAWARAN). *TEOREMA : Teori Dan Riset Matematika*. <https://doi.org/10.25157/teorema.v2i2.1074>
- Fatimah, A. T., Effendi, A., & Amam, A. (2018b). KONEKSI MATEMATIS PADA KONSEP EKONOMI (PERMINTAAN DAN PENAWARAN). *TEOREMA*. <https://doi.org/10.25157/.v2i2.1074>
- Fitriani, Nur, T. ., & Elfiana. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tahu Peusangan Kabupaten Bireuen. *Jurnal Strategi Pertanian*.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehari Calaca. *EMBA, 1(3)(273–283)*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. (2020). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen* (1st ed., Vol. 02). Alfabeta.
- Ikhsan, M. F., Astuti K, R., & Saragih, F. H. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG

MEMPENGARUHI PERMINTAAN TAHU PUTIH DI KOTA MEDAN.  
*Jurnal Agriuma*. <https://doi.org/10.31289/agr.v1i1.2291>

- Irawan, P. A., & Syaicu, A. (2017). Strategi Pembangunan Agroindustri Jagung sebagai Upaya mendukung Ketahanan Pangan Nasional. *Journal Knowledge Industrial Engineering*.
- Juliandi, A. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: untuk ilmu-ilmu Bisnis*. M2000.
- Lastowo, H. (2010). *Evaluasi Anggaran Belanja Sebagai Alat Pengendali Keuangan (Studi Kasus Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Kearsipan Arsip Nasional Republik Indonesia)*. Institut Pertanian Bogor.
- Layoo, N., & Sari, D. T. (2018). FLUKTUASI HARGA KOMODITI CABAI RAWIT (*Capsicum frutescens*) DI KECAMATAN BUALEMO KABUPATEN BANGGAI SULAWESI TENGAH. *Jurnal Agrobiz*.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., Lwanga, S. K., & Organization, W. H. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. Chichester: Wiley.
- Nuryati, Y., & Farid, M. (2016). Analisis Penetapan Kebijakan Harga Barang Kebutuhan Pokok. *Prosiding*.
- Philip, K., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Priansa, D. J. (2022). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (1st ed., Vol. 1). Alfabeta.
- Rahmiyanti, D. (2018). Implementasi Keadilan dalam Pembangunan Ekonomi Islam. *Al-Buhuts*. <https://doi.org/10.30603/ab.v14i02.892>
- Rosyidah, R., R, Y. D., & B, R. F. (2020). Uji Mutu Sabun Dengan Substitusi Bubuk Daun Kelor. *Jurnal Ilmiah Jophus : Journal of Pharmacy UMUS*.
- Sudarman, A. (2013). Teori Ekonomi Mikro 1. *Pasar Bebas*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2017b). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methodes)*. Alfabeta.
- Susilo, Y. S., & Nairobi. (2019). Dampak Perhutanan Sosial Terhadap Pendapatan Masyarakat. *ISEI Economic Review*.
- Theo, H., Kusriani, N., & Oktoriana, S. (2021). Penawaran Cabai Rawit di Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.02.21>

- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. In *I.*
- Wuisan, C., Paat, V., Sambou, C., & Tumbel, S. (2020). Identifikasi Kandungan Formalin Pada Tahu Putih Di Pasar Tradisional Airmadidi. *Biofarmasetikal Tropis*. <https://doi.org/10.55724/j.biofar.trop.v3i1.251>
- yoga anggoro, Y., & djoko waluyo, H. (2017). Pengaruh Store Atmosphere , Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Larissa Gallery & Workshop Pekalongan. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Identitas Responden

#### IDENTITAS RESPONDEN

| No. | Identitas Responden |               |            |                  |                |
|-----|---------------------|---------------|------------|------------------|----------------|
|     | Usia                | Jenis Kelamin | Pendapatan | Anggota Keluarga | Pembelian Tahu |
| 1   | 3                   | 2             | 2          | 2                | 2              |
| 2   | 3                   | 2             | 3          | 2                | 2              |
| 3   | 3                   | 2             | 3          | 2                | 2              |
| 4   | 2                   | 2             | 3          | 2                | 2              |
| 5   | 3                   | 2             | 3          | 2                | 2              |
| 6   | 3                   | 2             | 2          | 3                | 2              |
| 7   | 3                   | 2             | 2          | 3                | 2              |
| 8   | 3                   | 2             | 3          | 3                | 3              |
| 9   | 2                   | 2             | 3          | 2                | 3              |
| 10  | 2                   | 2             | 3          | 2                | 2              |
| 11  | 3                   | 2             | 2          | 2                | 2              |
| 12  | 3                   | 2             | 2          | 3                | 2              |
| 13  | 2                   | 2             | 2          | 3                | 1              |
| 14  | 2                   | 2             | 3          | 4                | 1              |
| 15  | 3                   | 2             | 3          | 4                | 2              |
| 16  | 3                   | 2             | 3          | 3                | 2              |
| 17  | 4                   | 2             | 3          | 3                | 2              |
| 18  | 4                   | 2             | 2          | 3                | 2              |
| 19  | 3                   | 2             | 2          | 3                | 2              |
| 20  | 3                   | 2             | 2          | 3                | 2              |
| 21  | 2                   | 2             | 3          | 2                | 2              |
| 22  | 2                   | 2             | 3          | 3                | 3              |
| 23  | 3                   | 2             | 3          | 3                | 3              |
| 24  | 3                   | 2             | 3          | 3                | 2              |
| 25  | 2                   | 2             | 3          | 3                | 2              |
| 26  | 2                   | 1             | 3          | 4                | 2              |
| 27  | 3                   | 1             | 3          | 4                | 2              |
| 28  | 3                   | 2             | 3          | 3                | 1              |
| 29  | 3                   | 2             | 3          | 3                | 1              |
| 30  | 3                   | 2             | 3          | 3                | 1              |

|    |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|
| 31 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 32 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 33 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 |
| 34 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 35 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 36 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 37 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 38 | 3 | 1 | 3 | 4 | 2 |
| 39 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 |
| 40 | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 |
| 41 | 4 | 2 | 4 | 3 | 1 |
| 42 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 |
| 43 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 |
| 44 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 45 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 |
| 46 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| 47 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| 48 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 49 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 50 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 51 | 3 | 1 | 2 | 4 | 2 |
| 52 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 53 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| 54 | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| 55 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 |
| 56 | 4 | 2 | 4 | 3 | 1 |
| 57 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 |
| 58 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 |
| 59 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 60 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 |
| 61 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 |
| 62 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| 63 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| 64 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 |
| 65 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 66 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 67 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 68 | 4 | 2 | 4 | 3 | 1 |
| 69 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 |

|     |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|
| 70  | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 |
| 71  | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 |
| 72  | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 73  | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 74  | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 75  | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 76  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 77  | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 78  | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| 79  | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 |
| 80  | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 81  | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 82  | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 83  | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 84  | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 85  | 4 | 1 | 3 | 3 | 1 |
| 86  | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| 87  | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| 88  | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 89  | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 90  | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 91  | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 |
| 92  | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 |
| 93  | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 94  | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| 95  | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| 96  | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 97  | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 98  | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 99  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 100 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 |

## Lampiran 2. Skor Jawaban Responden

### SKOR JAWABAN RESPONDEN

| Harga Tahu |   |   |   |   |   |   |   | total | Pendapatan |   |   |   |   |   | total |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|-------|------------|---|---|---|---|---|-------|
| 1          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |       | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |       |
| 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40    | 4          | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 24    |
| 5          | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 35    | 5          | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29    |
| 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 34    | 4          | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25    |
| 5          | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 1 | 4 | 32    | 4          | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23    |
| 3          | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24    |
| 3          | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 30    | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24    |
| 4          | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 35    | 3          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23    |
| 5          | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 3 | 5 | 34    | 4          | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22    |
| 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39    | 4          | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26    |
| 1          | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 12    | 5          | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27    |
| 5          | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 38    | 5          | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 28    |
| 5          | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 32    | 4          | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27    |
| 5          | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 38    | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25    |
| 4          | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 29    | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24    |
| 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39    | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24    |
| 4          | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 25    | 4          | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 25    |
| 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 34    | 5          | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29    |
| 3          | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 27    | 5          | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27    |
| 3          | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 25    | 4          | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23    |
| 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33    | 5          | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29    |
| 5          | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38    | 5          | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28    |
| 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 38    | 4          | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26    |
| 5          | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 37    | 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24    |
| 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 37    | 5          | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29    |
| 5          | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 35    | 5          | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29    |
| 4          | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 32    | 5          | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29    |
| 3          | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 27    | 4          | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26    |
| 1          | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 24    | 4          | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 24    |
| 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 29    | 4          | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25    |
| 4          | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 30    | 4          | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23    |
| 3          | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 20    | 5          | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26    |
| 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 38    | 4          | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26    |
| 5          | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 38    | 5          | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 24    |
| 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39    | 5          | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28    |
| 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39    | 5          | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28    |
| 5          | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39    | 5          | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27    |

|   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 37 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 34 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 35 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 28 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 37 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 33 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 22 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 26 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 32 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 5 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 2 | 4 | 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 3 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 26 |
| 5 | 5 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 3 | 29 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 31 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 33 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 32 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 25 |
| 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 36 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 39 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 26 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 2 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 38 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 1 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 38 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 33 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 26 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 33 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 35 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 1 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 28 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 34 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 29 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 24 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 38 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 21 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 29 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 31 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 34 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 35 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |

| Selera |   |   |   |   |   | total | Permintaan Tahu |   |   |   |   |   |   |   |   |    | total |
|--------|---|---|---|---|---|-------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-------|
| 1      | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |       | 1               | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |       |
| 5      | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30    | 4               | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5  | 41    |
| 5      | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 25    | 5               | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3  | 43    |
| 4      | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 25    | 4               | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 40    |
| 5      | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 25    | 4               | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 39    |
| 3      | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18    | 4               | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3  | 37    |
| 4      | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 22    | 4               | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3  | 40    |
| 4      | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 25    | 3               | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4  | 41    |
| 5      | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 24    | 4               | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5  | 39    |
| 5      | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27    | 4               | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5  | 45    |
| 3      | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 20    | 5               | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3  | 40    |
| 5      | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30    | 5               | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5  | 47    |
| 2      | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 19    | 4               | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4  | 45    |
| 5      | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30    | 4               | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3  | 41    |
| 3      | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18    | 4               | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5  | 43    |

|   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 1 | 3 | 37 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 45 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 46 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 45 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 2 | 41 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 43 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 26 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 46 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 44 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 40 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 41 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 43 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 43 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 46 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 41 |
| 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 37 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 41 |

|   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 28 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 28 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 45 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 42 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 40 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 38 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 44 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 45 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 45 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 41 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 28 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 39 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 21 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 44 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 40 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 45 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 44 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 42 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 46 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 41 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 5 | 4 | 37 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 43 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 34 |

|   |   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 38 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 41 |

**Lampiran 3. Data Total Variabel**

| No. | X1 | X2 | X3 | Y  | No. | X1 | X2 | X3 | Y  |
|-----|----|----|----|----|-----|----|----|----|----|
| 1   | 40 | 24 | 30 | 41 | 51  | 40 | 29 | 30 | 49 |
| 2   | 35 | 29 | 25 | 43 | 52  | 30 | 24 | 17 | 43 |
| 3   | 34 | 25 | 25 | 40 | 53  | 33 | 24 | 24 | 40 |
| 4   | 32 | 23 | 25 | 39 | 54  | 21 | 24 | 23 | 37 |
| 5   | 24 | 24 | 18 | 37 | 55  | 38 | 26 | 29 | 41 |
| 6   | 30 | 24 | 22 | 40 | 56  | 24 | 24 | 24 | 37 |
| 7   | 35 | 23 | 25 | 41 | 57  | 29 | 29 | 18 | 49 |
| 8   | 34 | 22 | 24 | 39 | 58  | 28 | 22 | 24 | 38 |
| 9   | 39 | 26 | 27 | 45 | 59  | 31 | 29 | 28 | 49 |
| 10  | 12 | 27 | 20 | 40 | 60  | 33 | 23 | 28 | 39 |
| 11  | 38 | 28 | 30 | 47 | 61  | 34 | 25 | 30 | 44 |
| 12  | 32 | 27 | 19 | 45 | 62  | 32 | 25 | 29 | 40 |
| 13  | 38 | 25 | 30 | 41 | 63  | 36 | 23 | 30 | 39 |
| 14  | 29 | 24 | 18 | 43 | 64  | 31 | 24 | 18 | 41 |
| 15  | 39 | 24 | 25 | 43 | 65  | 39 | 26 | 30 | 45 |
| 16  | 25 | 25 | 6  | 37 | 66  | 8  | 24 | 6  | 31 |
| 17  | 34 | 29 | 27 | 45 | 67  | 31 | 24 | 25 | 42 |
| 18  | 27 | 27 | 19 | 46 | 68  | 27 | 24 | 24 | 40 |
| 19  | 25 | 23 | 24 | 36 | 69  | 38 | 22 | 25 | 40 |
| 20  | 33 | 29 | 30 | 45 | 70  | 28 | 25 | 24 | 40 |
| 21  | 38 | 28 | 18 | 41 | 71  | 40 | 24 | 30 | 43 |
| 22  | 38 | 26 | 23 | 43 | 72  | 8  | 30 | 6  | 38 |
| 23  | 37 | 24 | 25 | 43 | 73  | 38 | 23 | 24 | 40 |
| 24  | 37 | 29 | 26 | 46 | 74  | 22 | 26 | 18 | 44 |
| 25  | 35 | 29 | 30 | 49 | 75  | 33 | 29 | 18 | 45 |
| 26  | 32 | 29 | 25 | 44 | 76  | 26 | 25 | 24 | 43 |
| 27  | 27 | 26 | 30 | 45 | 77  | 33 | 27 | 30 | 45 |
| 28  | 24 | 24 | 22 | 37 | 78  | 35 | 26 | 30 | 41 |
| 29  | 29 | 25 | 30 | 40 | 79  | 28 | 26 | 28 | 44 |
| 30  | 30 | 23 | 18 | 30 | 80  | 34 | 24 | 28 | 43 |
| 31  | 20 | 26 | 24 | 45 | 81  | 40 | 24 | 30 | 43 |
| 32  | 38 | 26 | 6  | 41 | 82  | 33 | 25 | 23 | 43 |
| 33  | 38 | 24 | 30 | 43 | 83  | 29 | 22 | 18 | 39 |
| 34  | 39 | 28 | 18 | 43 | 84  | 24 | 27 | 21 | 44 |
| 35  | 39 | 28 | 30 | 48 | 85  | 27 | 26 | 26 | 40 |
| 36  | 39 | 27 | 18 | 44 | 86  | 32 | 28 | 24 | 45 |
| 37  | 33 | 24 | 30 | 39 | 87  | 36 | 24 | 18 | 40 |
| 38  | 37 | 25 | 24 | 44 | 88  | 40 | 26 | 30 | 44 |
| 39  | 34 | 27 | 28 | 46 | 89  | 39 | 25 | 29 | 42 |
| 40  | 34 | 24 | 22 | 41 | 90  | 38 | 25 | 30 | 44 |

|    |    |    |    |    |     |    |    |    |    |
|----|----|----|----|----|-----|----|----|----|----|
| 41 | 40 | 28 | 24 | 47 | 91  | 40 | 27 | 30 | 46 |
| 42 | 37 | 24 | 26 | 41 | 92  | 35 | 28 | 30 | 46 |
| 43 | 35 | 28 | 21 | 47 | 93  | 28 | 23 | 28 | 41 |
| 44 | 28 | 23 | 21 | 42 | 94  | 21 | 27 | 30 | 37 |
| 45 | 37 | 23 | 18 | 38 | 95  | 32 | 26 | 24 | 43 |
| 46 | 40 | 24 | 28 | 43 | 96  | 29 | 25 | 26 | 34 |
| 47 | 33 | 22 | 23 | 41 | 97  | 40 | 23 | 30 | 43 |
| 48 | 26 | 29 | 20 | 37 | 98  | 31 | 23 | 25 | 33 |
| 49 | 33 | 24 | 21 | 43 | 99  | 34 | 25 | 25 | 38 |
| 50 | 32 | 23 | 29 | 40 | 100 | 35 | 23 | 25 | 41 |

## Lampiran 4. Output Olah Data SPSS

### IDENTITAS RESPONDEN

#### Frequency Table

##### Usia

|       |              | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 31-40 tahun  | 18        | 18.0    | 18.0          | 18.0               |
|       | 41-50 tahun  | 58        | 58.0    | 58.0          | 76.0               |
|       | diatas tahun | 24        | 24.0    | 24.0          | 100.0              |
|       | Total        | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

##### Jenis Kelamin

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki Laki | 10        | 10.0    | 10.0          | 10.0               |
|       | Perempuan | 90        | 90.0    | 90.0          | 100.0              |
|       | Total     | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

##### Pendapatan/Bulan

|       |              | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2,5-3,5 juta | 12        | 12.0    | 12.0          | 12.0               |
|       | 3,5-4,5 juta | 77        | 77.0    | 77.0          | 89.0               |
|       | > 4,5 Juta   | 11        | 11.0    | 11.0          | 100.0              |
|       | Total        | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

##### Jumlah Anggota Keluarga

|       |                | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2-3 orang      | 23        | 23.0    | 23.0          | 23.0               |
|       | 4-5 orang      | 65        | 65.0    | 65.0          | 88.0               |
|       | diatas 5 orang | 12        | 12.0    | 12.0          | 100.0              |
|       | Total          | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Jumlah Pembelian Tahu**

|                         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1-2 kali 1 minggu | 24        | 24.0    | 24.0          | 24.0               |
| 3-4 kali 1 minggu       | 66        | 66.0    | 66.0          | 90.0               |
| 4-6 kali 1 minggu       | 10        | 10.0    | 10.0          | 100.0              |
| Total                   | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN****Statistics**

|         | x1.1   | x1.2   | x1.3   | x1.4   | x1.5   | x1.6   | x1.7   | x1.8   |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N Valid | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| Missing | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      |
| Mean    | 4.0100 | 4.0100 | 3.9600 | 3.9700 | 4.1800 | 4.1700 | 3.9200 | 4.0300 |
| Minimum | 1.00   | 1.00   | 1.00   | 1.00   | 1.00   | 1.00   | 1.00   | 1.00   |
| Maximum | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   |

**x1.1**

|           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid STS | 7         | 7.0     | 7.0           | 7.0                |
| TS        | 3         | 3.0     | 3.0           | 10.0               |
| KS        | 18        | 18.0    | 18.0          | 28.0               |
| S         | 26        | 26.0    | 26.0          | 54.0               |
| SS        | 46        | 46.0    | 46.0          | 100.0              |
| Total     | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x1.2**

|           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid STS | 7         | 7.0     | 7.0           | 7.0                |
| TS        | 2         | 2.0     | 2.0           | 9.0                |
| KS        | 17        | 17.0    | 17.0          | 26.0               |
| S         | 31        | 31.0    | 31.0          | 57.0               |
| SS        | 43        | 43.0    | 43.0          | 100.0              |
| Total     | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x1.3**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 8         | 8.0     | 8.0           | 8.0                |
|       | TS    | 1         | 1.0     | 1.0           | 9.0                |
|       | KS    | 23        | 23.0    | 23.0          | 32.0               |
|       | S     | 23        | 23.0    | 23.0          | 55.0               |
|       | SS    | 45        | 45.0    | 45.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x1.4**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 6         | 6.0     | 6.0           | 6.0                |
|       | TS    | 4         | 4.0     | 4.0           | 10.0               |
|       | KS    | 19        | 19.0    | 19.0          | 29.0               |
|       | S     | 29        | 29.0    | 29.0          | 58.0               |
|       | SS    | 42        | 42.0    | 42.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x1.5**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | TS    | 1         | 1.0     | 1.0           | 5.0                |
|       | KS    | 17        | 17.0    | 17.0          | 22.0               |
|       | S     | 29        | 29.0    | 29.0          | 51.0               |
|       | SS    | 49        | 49.0    | 49.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x1.6**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | TS    | 4         | 4.0     | 4.0           | 8.0                |
|       | KS    | 15        | 15.0    | 15.0          | 23.0               |
|       | S     | 25        | 25.0    | 25.0          | 48.0               |
|       | SS    | 52        | 52.0    | 52.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x1.7**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 5         | 5.0     | 5.0           | 5.0                |
|       | TS    | 4         | 4.0     | 4.0           | 9.0                |
|       | KS    | 22        | 22.0    | 22.0          | 31.0               |
|       | S     | 32        | 32.0    | 32.0          | 63.0               |
|       | SS    | 37        | 37.0    | 37.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x1.8**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 5         | 5.0     | 5.0           | 5.0                |
|       | TS    | 3         | 3.0     | 3.0           | 8.0                |
|       | KS    | 18        | 18.0    | 18.0          | 26.0               |
|       | S     | 32        | 32.0    | 32.0          | 58.0               |
|       | SS    | 42        | 42.0    | 42.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Statistics**

|         |         | x2.1   | x2.2   | x2.3   | x2.4   | x2.5   | x2.6   |
|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N       | Valid   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
|         | Missing | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      |
| Mean    |         | 4.2600 | 4.1800 | 4.2800 | 4.0300 | 4.3300 | 4.2800 |
| Minimum |         | 3.00   | 2.00   | 3.00   | 2.00   | 3.00   | 3.00   |
| Maximum |         | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   |

**x2.1**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | KS    | 5         | 5.0     | 5.0           | 5.0                |
|       | S     | 64        | 64.0    | 64.0          | 69.0               |
|       | SS    | 31        | 31.0    | 31.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

## x2.2

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 2         | 2.0     | 2.0           | 2.0                |
|       | KS    | 9         | 9.0     | 9.0           | 11.0               |
|       | S     | 58        | 58.0    | 58.0          | 69.0               |
|       | SS    | 31        | 31.0    | 31.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

## x2.3

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | KS    | 3         | 3.0     | 3.0           | 3.0                |
|       | S     | 66        | 66.0    | 66.0          | 69.0               |
|       | SS    | 31        | 31.0    | 31.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

## x2.4

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 2         | 2.0     | 2.0           | 2.0                |
|       | KS    | 13        | 13.0    | 13.0          | 15.0               |
|       | S     | 65        | 65.0    | 65.0          | 80.0               |
|       | SS    | 20        | 20.0    | 20.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

## x2.5

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | KS    | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | S     | 59        | 59.0    | 59.0          | 63.0               |
|       | SS    | 37        | 37.0    | 37.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x2.6**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | KS    | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | S     | 64        | 64.0    | 64.0          | 68.0               |
|       | SS    | 32        | 32.0    | 32.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**Statistics**

|   |         | x3.1   | x3.2   | x3.3   | x3.4   | x3.5   | x3.6   |
|---|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N | Valid   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
|   | Missing | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      |
|   | Mean    | 4.0900 | 4.0800 | 4.0800 | 3.8900 | 3.9800 | 4.0900 |
|   | Minimum | 1.00   | 1.00   | 1.00   | 1.00   | 1.00   | 1.00   |
|   | Maximum | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   | 5.00   |

**Frequency Table****x3.1**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 5         | 5.0     | 5.0           | 5.0                |
|       | TS    | 1         | 1.0     | 1.0           | 6.0                |
|       | KS    | 20        | 20.0    | 20.0          | 26.0               |
|       | S     | 28        | 28.0    | 28.0          | 54.0               |
|       | SS    | 46        | 46.0    | 46.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x3.2**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | KS    | 22        | 22.0    | 22.0          | 26.0               |
|       | S     | 32        | 32.0    | 32.0          | 58.0               |
|       | SS    | 42        | 42.0    | 42.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x3.3**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | TS    | 1         | 1.0     | 1.0           | 5.0                |
|       | KS    | 18        | 18.0    | 18.0          | 23.0               |
|       | S     | 37        | 37.0    | 37.0          | 60.0               |
|       | SS    | 40        | 40.0    | 40.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x3.4**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 5         | 5.0     | 5.0           | 5.0                |
|       | TS    | 6         | 6.0     | 6.0           | 11.0               |
|       | KS    | 20        | 20.0    | 20.0          | 31.0               |
|       | S     | 33        | 33.0    | 33.0          | 64.0               |
|       | SS    | 36        | 36.0    | 36.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x3.5**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | TS    | 4         | 4.0     | 4.0           | 8.0                |
|       | KS    | 22        | 22.0    | 22.0          | 30.0               |
|       | S     | 30        | 30.0    | 30.0          | 60.0               |
|       | SS    | 40        | 40.0    | 40.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

**x3.6**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | KS    | 21        | 21.0    | 21.0          | 25.0               |
|       | S     | 33        | 33.0    | 33.0          | 58.0               |
|       | SS    | 42        | 42.0    | 42.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

## Statistics

|         | y.1   | y.2   | y.3   | y.4   | y.5   | y.6   | y.7   | y.8   | y.9   | y.10  |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| N Valid | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Missing | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     |
| Mean    | 4.160 | 4.250 | 4.280 | 3.970 | 4.280 | 4.260 | 4.250 | 4.090 | 4.160 | 4.100 |
| Minimum | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     |
| Maximum | 1.00  | 3.00  | 3.00  | 2.00  | 3.00  | 2.00  | 3.00  | 1.00  | 1.00  | 1.00  |
|         | 5.00  | 5.00  | 5.00  | 5.00  | 5.00  | 5.00  | 5.00  | 5.00  | 5.00  | 5.00  |

## y.1

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | TS    | 2         | 2.0     | 2.0           | 3.0                |
|       | KS    | 8         | 8.0     | 8.0           | 11.0               |
|       | S     | 58        | 58.0    | 58.0          | 69.0               |
|       | SS    | 31        | 31.0    | 31.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

## y.2

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | KS    | 7         | 7.0     | 7.0           | 7.0                |
|       | S     | 61        | 61.0    | 61.0          | 68.0               |
|       | SS    | 32        | 32.0    | 32.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

## y.3

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | KS    | 3         | 3.0     | 3.0           | 3.0                |
|       | S     | 66        | 66.0    | 66.0          | 69.0               |
|       | SS    | 31        | 31.0    | 31.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

y.4

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | KS    | 13        | 13.0    | 13.0          | 17.0               |
|       | S     | 65        | 65.0    | 65.0          | 82.0               |
|       | SS    | 18        | 18.0    | 18.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

y.5

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | KS    | 7         | 7.0     | 7.0           | 7.0                |
|       | S     | 58        | 58.0    | 58.0          | 65.0               |
|       | SS    | 35        | 35.0    | 35.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

y.6

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | TS    | 1         | 1.0     | 1.0           | 1.0                |
|       | KS    | 4         | 4.0     | 4.0           | 5.0                |
|       | S     | 63        | 63.0    | 63.0          | 68.0               |
|       | SS    | 32        | 32.0    | 32.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

y.7

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | KS    | 8         | 8.0     | 8.0           | 8.0                |
|       | S     | 59        | 59.0    | 59.0          | 67.0               |
|       | SS    | 33        | 33.0    | 33.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

y.8

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | TS    | 3         | 3.0     | 3.0           | 7.0                |
|       | KS    | 20        | 20.0    | 20.0          | 27.0               |
|       | S     | 26        | 26.0    | 26.0          | 53.0               |
|       | SS    | 47        | 47.0    | 47.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

y.9

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 5         | 5.0     | 5.0           | 5.0                |
|       | KS    | 17        | 17.0    | 17.0          | 22.0               |
|       | S     | 30        | 30.0    | 30.0          | 52.0               |
|       | SS    | 48        | 48.0    | 48.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

y.10

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | STS   | 4         | 4.0     | 4.0           | 4.0                |
|       | TS    | 1         | 1.0     | 1.0           | 5.0                |
|       | KS    | 21        | 21.0    | 21.0          | 26.0               |
|       | S     | 29        | 29.0    | 29.0          | 55.0               |
|       | SS    | 45        | 45.0    | 45.0          | 100.0              |
|       | Total | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

## VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .873             | .874   | 8          |

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean<br>if Item<br>Deleted | Scale<br>Variance if<br>Item Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Squared<br>Multiple<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|------|----------------------------------|--------------------------------------|--|------------------------------------|--|
| x1.1 | 28.2400                          | 32.369                               | .685                                   | .740                               | .852                                   |
| x1.2 | 28.2400                          | 33.073                               | .636                                   | .545                               | .857                                   |
| x1.3 | 28.2900                          | 31.562                               | .724                                   | .681                               | .847                                   |
| x1.4 | 28.2800                          | 33.032                               | .640                                   | .525                               | .857                                   |
| x1.5 | 28.0700                          | 32.591                               | .790                                   | .808                               | .842                                   |
| x1.6 | 28.0800                          | 31.832                               | .803                                   | .823                               | .839                                   |
| x1.7 | 28.3300                          | 36.971                               | .347                                   | .460                               | .886                                   |
| x1.8 | 28.2200                          | 35.729                               | .455                                   | .534                               | .875                                   |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's<br>Alpha | Cronbach's<br>Alpha Based<br>on<br>Standardized<br>Items | N of<br>Items |
|---------------------|--|---------------|
| .650                | .667   | 6             |

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean<br>if Item<br>Deleted | Scale<br>Variance if<br>Item Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Squared<br>Multiple<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|------|----------------------------------|--------------------------------------|--|------------------------------------|--|
| x2.1 | 21.1000                          | 3.000                                | .584                                   | .416                               | .534                                   |
| x2.2 | 21.1800                          | 3.058                                | .376                                   | .256                               | .612                                   |
| x2.3 | 21.0800                          | 3.408                                | .381                                   | .255                               | .608                                   |
| x2.4 | 21.3300                          | 3.718                                | .406                                   | .071                               | .712                                   |
| x2.5 | 21.0300                          | 3.262                                | .416                                   | .285                               | .595                                   |
| x2.6 | 21.0800                          | 3.145                                | .510                                   | .365                               | .563                                   |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's<br>Alpha | Cronbach's<br>Alpha Based<br>on<br>Standardized<br>Items | N of<br>Items |
|---------------------|--|---------------|
| .947                | .948   | 6             |

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean<br>if Item<br>Deleted | Scale<br>Variance if<br>Item Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Squared<br>Multiple<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|------|----------------------------------|--------------------------------------|--|------------------------------------|--|
| x3.1 | 20.1200                          | 21.824                               | .795                                   | .700                               | .942                                   |
| x3.2 | 20.1300                          | 21.650                               | .891                                   | .871                               | .931                                   |
| x3.3 | 20.1300                          | 21.448                               | .928                                   | .906                               | .927                                   |
| x3.4 | 20.3200                          | 21.654                               | .774                                   | .615                               | .945                                   |
| x3.5 | 20.2300                          | 21.755                               | .804                                   | .700                               | .941                                   |
| x3.6 | 20.1200                          | 22.026                               | .849                                   | .727                               | .935                                   |

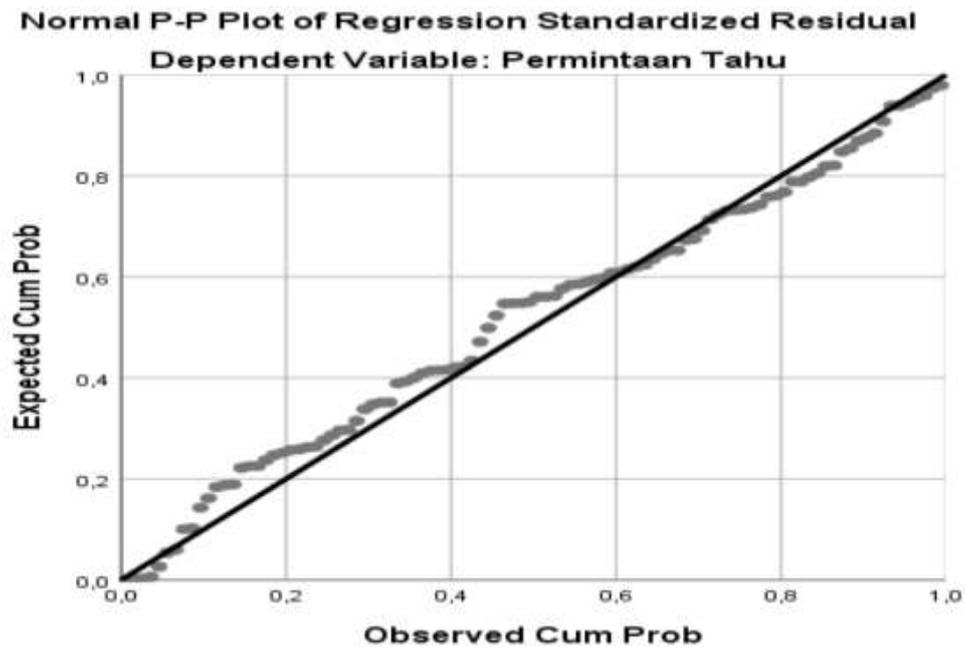
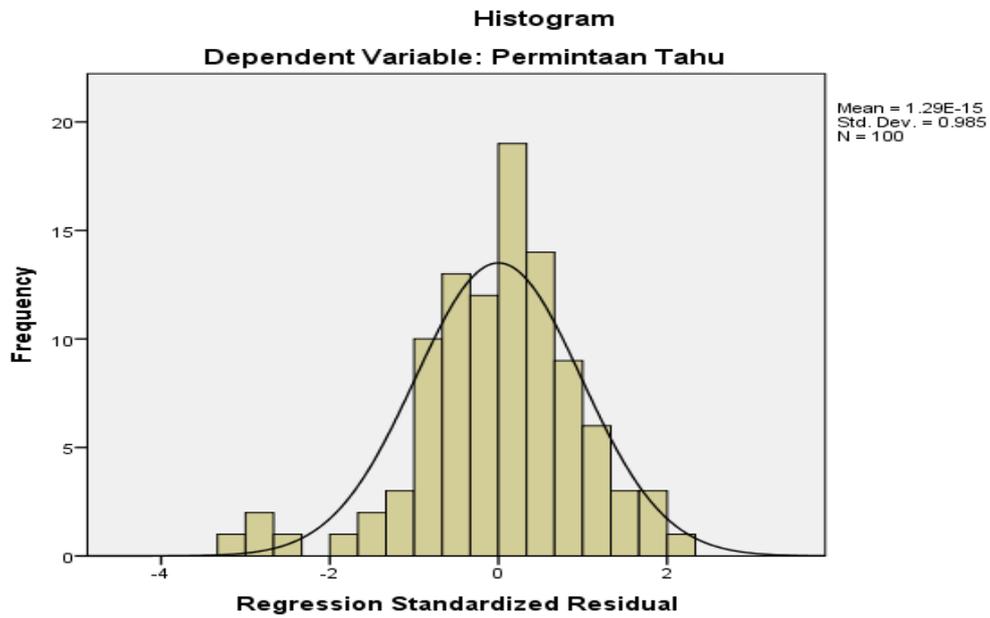
**Reliability Statistics**

| Cronbach's<br>Alpha | Cronbach's<br>Alpha Based<br>on<br>Standardized<br>Items | N of<br>Items |
|---------------------|--|---------------|
| .620                | .644   | 10            |

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean<br>if Item<br>Deleted | Scale<br>Variance if<br>Item Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Squared<br>Multiple<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|------|----------------------------------|--------------------------------------|--|------------------------------------|--|
| y.1  | 37.6400                          | 11.202                               | .344                                   | .387                               | .583                                   |
| y.2  | 37.5500                          | 12.008                               | .275                                   | .452                               | .599                                   |
| y.3  | 37.5200                          | 12.616                               | .452                                   | .338                               | .619                                   |
| y.4  | 37.8300                          | 11.920                               | .219                                   | .110                               | .609                                   |
| y.5  | 37.5200                          | 11.949                               | .281                                   | .439                               | .598                                   |
| y.6  | 37.5400                          | 11.867                               | .308                                   | .452                               | .594                                   |
| y.7  | 37.5500                          | 12.109                               | .236                                   | .312                               | .606                                   |
| y.8  | 37.7100                          | 9.764                                | .375                                   | .720                               | .573                                   |
| y.9  | 37.6400                          | 10.051                               | .348                                   | .399                               | .582                                   |
| y.10 | 37.7000                          | 9.929                                | .377                                   | .731                               | .572                                   |

## Lampiran 5. Asumsi Klasik



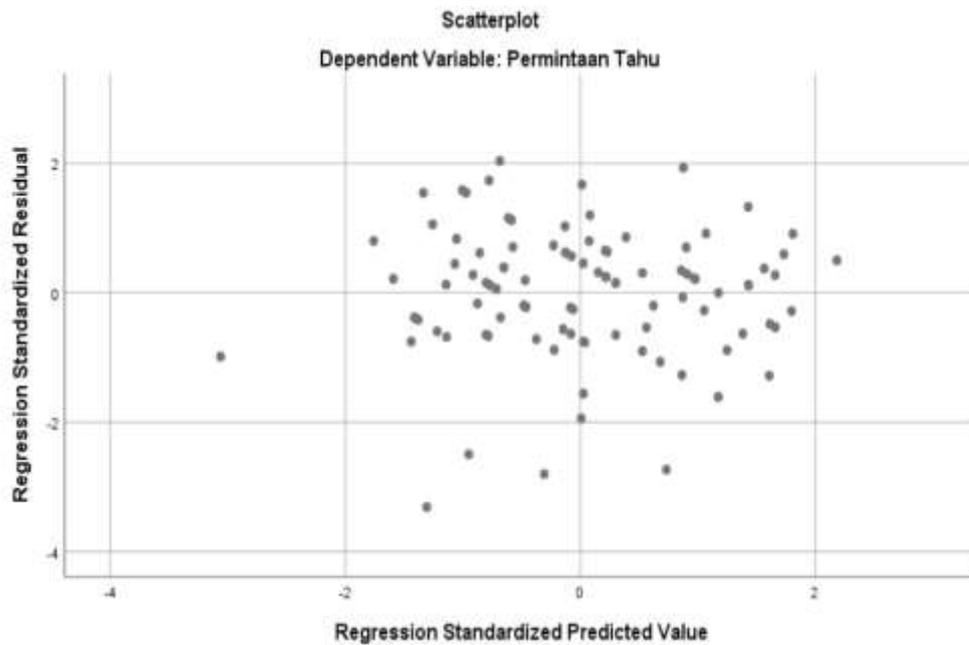
### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                          | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| N                                |                          | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean                     | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation           | 2.44981574              |
|                                  | Most Extreme Differences |                         |
|                                  | Absolute                 | .088                    |
|                                  | Positive                 | .046                    |
|                                  | Negative                 | -.088                   |
| Test Statistic                   |                          | .088                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                          | .056 <sup>a</sup>       |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



### Coefficients<sup>a</sup>

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant) | 13.782                      | 3.349      |                           | 1.951 | .054 |                         |       |
| Harga tahu   | .369                        | .044       | .364                      | 7.552 | .000 | .761                    | 1.314 |
| Pendapatan   | 0.644                       | .119       | .587                      | 9.660 | .000 | 1.000                   | 1.000 |
| Selera       | .110                        | .052       | .167                      | 0.156 | .876 | .761                    | 1.314 |

a. Dependent Variable: Permintaan Tahu

### Lampiran 6. Regresi Linier Berganda

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

| Model         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|               | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)  | 13.782                      | 1.169      |                           | 11.786 | .000 |                         |       |
| X1_Harga tahu | .369                        | .049       | .658                      | 7.552  | .000 | .761                    | 1.314 |
| X2_Pendapatan | .644                        | .067       | .368                      | 9.660  | .000 | 1.000                   | 1.000 |
| X3_Selera     | -.009                       | .056       | -.013                     | -.156  | .876 | .761                    | 1.314 |

a. Dependent Variable: Permintaan Tahu

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

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 1287.154       | 3  | 429.051     | 961.328 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 42.846         | 96 | .446        |         |                   |
|       | Total      | 1330.000       | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Permintaan Tahu

b. Predictors: (Constant), Selera, Pendapatan, Harga tahu

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .984 <sup>a</sup> | .968     | .967              | .66807                     |

a. Predictors: (Constant), Selera, Pendapatan, Harga tahu

b. Dependent Variable: Permintaan Tahu

## Lampiran 7. Kuesioner Penelitian

### ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PERMINTAAN TAHU (Studi Kasus Pasar Gambir Tembung)

Dengan Hormat,

Dalam rangka penulisan skripsi Saya di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, maka Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi Kuesioner ini. Jawaban Bapak/Ibu diharapkan objektif, artinya diisi apa adanya sesuai dengan kondisi yang Bapak/Ibu terima/rasakan. Oleh karena itu, data dan identitas Bapak/Ibu akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan mempengaruhi status Bapak/Ibu sebagai pegawai. Atas perhatian, pengertian dan kerja sama yang Bapak/Ibu berikan untuk pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Winda Pitaloka

#### **Data Responden**

- a) Umur : Tahun
- b) Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
- c) Pendapatan/Bulan :
- d) Jumlah Anggota Keluarga :
- e) Jumlah Pembelian Tahu dalam 1 minggu :

#### **Petunjuk Pengisian**

Jawablah pertanyaan atau pernyataan berikut ini dengan mengisi jawaban pada titik-titik yang telah disediakan atau dengan **memberi tanda cek (√)** pada kotak pilihan jawaban yang telah disediakan. **Jawablah pertanyaan-pertanyaan**

tersebut dengan sejujurnya. Kuesioner ini hanya dipergunakan untuk bahan penelitian semata.

| Keterangan Simbol | Kategori            |
|-------------------|---------------------|
| SS                | Sangat Setuju       |
| S                 | Setuju              |
| KS                | Kurang Setuju       |
| TS                | Tidak Setuju        |
| STS               | Sangat Tidak Setuju |

| No                                 | Pernyataan Permintaan Tahu   | PENILAIAN |   |    |    |     |
|------------------------------------|--|-----------|---|----|----|-----|
|                                    |  | SS        | S | KS | TS | STS |
| <b>Kualitas Produk</b>             |  |           |   |    |    |     |
| 1                                  | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut memiliki kandungan gizi yang tinggi                                    |           |   |    |    |     |
| 2                                  | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut memiliki rasa yang disukai oleh keluarga saya                          |           |   |    |    |     |
| <b>Harga Tahu Suatu Produk</b>     |  |           |   |    |    |     |
| 3                                  | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut memiliki harga tahu yang terjangkau bagi saya                          |           |   |    |    |     |
| 4                                  | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut memiliki harga tahu yang stabil sehingga bisa menjadi lauk mendesak    |           |   |    |    |     |
| <b>Tempat/Lokasi Yang Kondusif</b> |  |           |   |    |    |     |
| 5                                  | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut mudah untuk didapatkan   |           |   |    |    |     |
| 6                                  | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut hampir tersedia dimana saja  |           |   |    |    |     |
| <b>Ukuran Produk</b>               |  |           |   |    |    |     |
| 7                                  | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut memiliki ukuran yang cukup besar walaupun dengan harga tahu yang murah |           |   |    |    |     |
| 8                                  | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut cukup untuk dibagi bagi keseluruhan anggota keluarga saya              |           |   |    |    |     |
| <b>Ketahanan Produk</b>            |  |           |   |    |    |     |

| 9   | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut bisa disimpan untuk waktu yang lama   |           |   |    |    |     |
|---|---|-----------|---|----|----|-----|
| 10  | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut bisa diolah jadi makanan sehingga bisa dinikmati untuk beberapa hari                                |           |   |    |    |     |
| No  | Pernyataan Harga Tahu   | PENILAIAN |   |    |    |     |
|   |   | SS        | S | KS | TS | STS |
| <b>Keterjangkauan Harga Tahu</b>                    |   |           |   |    |    |     |
| 1   | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut terjangkau untuk kondisi keuangan saya  |           |   |    |    |     |
| 2   | Saya membeli tahu sebab kedua produk tersebut bisa dibeli kapan saja baik ketika uang saya mencukupi atau tidak                                   |           |   |    |    |     |
| <b>Kesesuaian Harga Tahu Dengan Kualitas Produk</b> |   |           |   |    |    |     |
| 3   | Tahu walaupun memiliki harga tahu yang murah tetapi memiliki kandungan gizi yang bisa disesuaikan dengan protein hewani                           |           |   |    |    |     |
| 4   | Untuk bahan makanan dengan harga tahu yang sangat terjangkau menurut saya tahu memiliki kandungan gizi dan rasa yang sesuai dengan kebutuhan saya |           |   |    |    |     |
| <b>Daya Saing Harga Tahu</b>                        |   |           |   |    |    |     |
| 5   | Harga tahu bisa disandingkan dengan protein hewani dengan harga tahu yang lebih mahal   |           |   |    |    |     |
| 6   | Tahu jika diolah dengan baik bisa dijual dengan harga tahu yang lebih tinggi  |           |   |    |    |     |
| <b>Kesesuaian Harga Tahu Dengan Manfaat</b>         |   |           |   |    |    |     |
| 7   | Harga tahu yang murah sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan  |           |   |    |    |     |
| 8   | Saya merasa tidak ada bahan panganan lain yang memiliki harga tahu yang murah tetapi memiliki manfaat seperti tahu                                |           |   |    |    |     |

| No  | Pernyataan Pendapatan  | PENILAIAN |   |    |    |     |
|---|--|-----------|---|----|----|-----|
|   |  | SS        | S | KS | TS | STS |
| <b>Pendapatan Yang Diterima Per Bulan</b> |  |           |   |    |    |     |
| 1   | Pendapatan yang diterima per bulan tidak mencukupi jika harus membeli protein hewani setiap hari |           |   |    |    |     |

|                       |  |  |  |  |  |  |
|-----------------------|--|--|--|--|--|--|
| 2                     | Pendapatan yang diterima per bulannya akan cukup jika saya menggabungkan protein hewani dan protein nabati sebagai lauk makan sekeluarga |  |  |  |  |  |
| <b>Pekerjaan</b>      |  |  |  |  |  |  |
| 3                     | Pekerjaan saya memaksa saya untuk mencari sumber protein murah yang bisa dikonsumsi setiap hari  |  |  |  |  |  |
| 4                     | Jika pendapatan yang saya dapatkan dari pekerjaan saya memadai saya akan lebih memilih mengkonsumsi protein hewani untuk lauk            |  |  |  |  |  |
| <b>Beban Keluarga</b> |  |  |  |  |  |  |
| 5                     | Saya membeli tahu untuk menambah lauk makan sehingga semua anggota keluarga saya tercukupi kebutuhannya                                  |  |  |  |  |  |
| 6                     | Saya tidak bisa terus terusan membeli protein hewani setiap hari karena tanggungan keluarga saya cukup banyak                            |  |  |  |  |  |

| No                | Pernyataan Selera   | PENILAIAN |   |    |    |     |
|-------------------|---|-----------|---|----|----|-----|
|                   |   | SS        | S | KS | TS | STS |
| <b>Penampilan</b> |   |           |   |    |    |     |
| 1                 | Tahu memiliki tampilan yang cukup menggugah selera saya   |           |   |    |    |     |
| 2                 | Saya membeli tahu yang memiliki tampilan yang baik, tidak pecah dan tidak berwarna              |           |   |    |    |     |
| <b>Rasa</b>       |   |           |   |    |    |     |
| 3                 | Saya membeli tahu sebab memiliki rasa yang sesuai lidah saya                                    |           |   |    |    |     |
| 4                 | Saya menyukai rasa tahu yang baru dimasak sebab memiliki aroma yang menggugah selera            |           |   |    |    |     |
| <b>Tekstur</b>    |   |           |   |    |    |     |
| 5                 | Saya membeli tahu sebab memiliki tekstur yang bisa disesuaikan dengan kemauan saya dan keluarga |           |   |    |    |     |
| 6                 | Saya menyukai tekstur tahu sebab mudah untuk dicerna oleh saya                                  |           |   |    |    |     |

## Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian









