

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN GULA MERAH NIRA KELAPA SAWIT
DIDESA MELATI KECAMATAN PERBAUNGAN
KABUPATEN SERDANG BEDAGAI**

SKRIPSI

Oleh :

MHD RENDRA PRIANDA NASUTION

NPM :1504300032

Program Studi :Agribisnis



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN GULA MERAH NIRA KELAPA SAWIT
DI DESA MELATI KECAMATAN PERBAUNGAN
KABUPATEN SERDANG BEDAGAI**

SKRIPSI

Oleh :

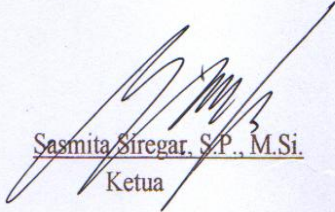
MHD RENDRA PRIANDA NASUTION

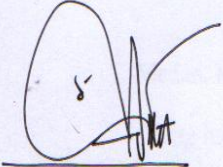
1504300032

AGRIBISNIS

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

Komisi Pembimbing


Sasmita Siregar, S.P., M.Si.
Ketua


Muhammad Thamrin, S.P., M.Si.
Anggota

Disahkan Oleh :

Dekan


Ir. Asritanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus: 09-03-2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Mhd. Rendra Prianda Nst

NPM : 1504300032

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap gula merah nira kelapa sawit Di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai adalah berdasarkan 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 di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Maret 2020

Yang menyatakan



Mhd. Rendra Prianda Nst

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan harga terhadap pembelian gula merah nira kelapa sawit di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli gula merah nira kelapa sawit langsung di tempat penelitian dan menggunakan sampel sebanyak 30. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dalam penelitian ini memperoleh bahwa ada pengaruh pendapatan dan harga dalam pembelian gula merah nira kelapa sawit di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Selain itu, atribut warna, daya tahan, rasa dan tekstur juga mempengaruhi konsumen dalam pembelian gula merah nira kelapa sawit di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai.

Kata Kunci: Pendapatan, Harga, Gula Merah Nira Kelapa Sawit

SUMMARY

The purpose of this study was to determine whether there is an influence of income, education, number of dependents, and price on the purchase of palm sugar palm oil in Melati Village, Perbaungan District, Serdang Bedagai District. The population of this study is consumers who buy palm sugar palm oil directly at the study site and use a sample of 30. The analysis used in this study is multiple linear regression analysis. The results in this study found that there was an influence of income and price in the purchase of palm sugar palm oil in Melati Village, Perbaungan District, Serdang Bedagai District. In addition, the color, durability, taste and texture attributes also influence consumers in purchasing palm sugar palm oil in Melati Village, Perbaungan District, Serdang Bedagai District.

Keywords: Income, Price, Palm Sugar Palm Oil

RIWAYAT HIDUP

Mhd. Rendra Prianda Nasution, lahir di Tebing Tinggi 14 Oktober 1997 dari pasangan Bapak Muhammad Hidayat Nasution dan Ibu Shella Rosmaini Dalimunthe, penulis merupakan anak ketiga dari 3 bersaudara.

1. Tahun 2009, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 164523, Kota Tebing Tinggi, Provinsi Sumatera Utara.
2. Tahun 2012, menyelesaikan pendidikan SMP Perguruan Inti Nusantara, Kota Tebing Tinggi, Provinsi Sumatera utara.
3. Tahun 2015, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMK Negeri 4, Kota Tebing Tinggi, Provinsi Sumatera Utara.
4. Tahun 2015, diterima difakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis.
5. Tahun 2016, mengikuti peraktek kerja lapangan (PKL) di PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IV ADOLINA.
6. Tahun 2019, melakukan penelitian skripsi di Desa Melati, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Gula Merah Nira Kelapa Sawit Di Desa Melati, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai" Skripsi ini digunakan untuk Memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program sarjana Agribisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam kesempatan ini penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua (Ayah dan Ibu) yang telah member dukungan berupa Do'a materi maupun moral.
2. Ibu Asritanarni Munar, M.P. Selaku dekan fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. Selaku ketua parodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Sasmita Siregar S.P., M.Si. Selaku Dosen Penanggung Jawab Pembimbing Skripsi.
5. Bapak Muhammad Thamrin S.P., M.Si Selaku anggota Pembimbing Skripsi.
6. Para dosen yang ada di fakultas pertanian terkhusus program studi agribisnis yang telah banyak memberikan banyak ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Teman-teman penulis yang telah member dukungan materi maupun moral.

Medan, Maret 2020

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Gula Merah Nira Kelapa Sawit” (Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai)” Skripsi ini digunakan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Agribisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam menyusun skripsi, penulis banyak menerima bantuan berupa bimbingan dan petunjuk serta arahan yang sangat berharga dari segala pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang tua penulis, Ayahanda Muhammad Hidayat Nasution dan Ibunda Shella Rosmaini Dalimunthe dengan sepenuh kasih sayang telah mengasuh, bimbingan dan memberi moral dan materil serta do’a, juga kepada sodara yang telah memberi do’a dan penyemangat serta motivasi kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Sasmita Siregar S.P,M.Si selaku ketua komisi pembimbing yang telah banyak memberikan masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis.
3. Bapak Muhammad Thamrin S.P,M.P. selaku anggota komisi pembimbing yang telah banyak memberikan masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis.
4. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P. Selaku Dekan Fakultas Peratnian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P. Selaku Wakil Dekan I fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Muhammad Thamrin S.P.,M.Si. Selaku wakil dekan III fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P.,M.Si. Selaku ketua program Studi Agribisnis.
8. Para dosen yang ada difakultas pertanian Sumatera Utara terkhusus program studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
9. Kepada seluruh pegawai Biro Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi selama perkuliahan.
10. Teman teman saya semua yang senantiasa mendukung, memberi semangat, dan memberikan saran kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman teman Agribisnis I stambuk 2015 yang saling memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi kita masing masing yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata hanya kepada Allah Swt lah penulis serahkan semua ini, karena manusia hanya bisa berencana, ikhtiar, dan berdo'a, namun Allah Swt lah yang menentukan segalanya. Semoga masih ada kesempatan bagi penulis untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang membantu, dan semoga amal baik mereka dibalas oleh Allah Swt.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	3
Kegunaan Penelitian.....	3
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
Agroindustri	5
Landasan teori	7
Penelitian Terdahulu	16
Kerangka Pemikiran.....	21
METODE PENELITIAN.....	22
Metode Penelitian.....	22
Metode Penentuan Lokasi	22
Metode penarikan Sampel.....	22
Metode pengumpulan Data	23

Metode Analisis Data.....	23
Defenisi dan Batasan Operasional	30
DESKRIPTIF UMUM DAERAH PENELITIAN	32
Letak dan Luas Deerah Penelitian	32
Keadaan Penduduk.....	32
Karakteristik Responden	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	37
Prilaku Konsumen Terhadap Permintaan Gula Merah	45
KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
Kesimpulan	50
Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1	Atribut Warna.....	28
2.	Atribut Rasa.....	28
3.	Atribut Tekstur.....	29
4.	Atribut Daya Tahan.....	29
5.	Jumlah Penduduk	33
6.	Sarana dan Prasarana.....	32
7.	Karakteristik Responden	34
8.	Karakteristik Responden pendidikan.....	35
9.	Karakteristik Responden Lama Usaha	35
10.	Karakteristik Jumlah Pendidikan.....	36
11.	Uji Multikolinearitas.....	38
12.	Uji Heteroskedastisitas	39
13.	Model Summary	40
14.	Uji Serempak.....	40
15.	Analisis Regresi Linear Berganda	41
16.	Atribut Warna.....	46
17.	Atribut Daya Tahan.....	47
18.	Atribut Rasa.....	48
19.	Atribut Tekstur	49

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	21
2.	Uji Normalitas	37

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Responden.....	54
2.	Permintaan Terhadap Pendapatan.....	55
3.	Permintaan Terhadap Pendidikan.....	56
4.	Permintaan Terhadap Jumlah Tanggungan	57
5.	Permintaan Terhadap Harga Gula Merah	58
6.	Output Regression	59
7.	Kuesioner Penelitian.....	60

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kelapa sawit (*Elaeis guineensis* Jacq.) merupakan komoditas perkebunan yang berperan penting bagi perekonomian Indonesia sebagai salah satu penyumbang devisa negara dari sektor non-migas (Pahan, 2007). Kelapa sawit mempunyai masa produktif secara umum lebih kurang 25 tahun, lalu setelah itu tanaman sawit harus diremajakan. Dari peremajaan akan dihasilkan sejumlah biomassa, tapi yang paling penting adalah pelepah dan batang (Isroi, 2006).

Limbah batang sawit masih belum dimanfaatkan secara optimal, bahkan limbah tersebut seringkali dibuang bahkan dibakar tanpa adanya pengolahan lebih lanjut. Limbah batang sawit menjadi masalah karena sifatnya yang volumetris banyak memakan tempat dan tidak mudah terdegradasi di areal perkebunan (Sunarko, 2009).

Limbah batang kelapa sawit dapat dimanfaatkan menjadi bahan kayu lapis, pupuk kompos, bahan bangunan, furnitur, dan pulp kertas. Inovasi pemanfaatan limbah batang kelapa sawit terus diupayakan agar peluang pemanfaatan limbah batang kelapa sawit lebih berdayaguna. Salah satu inovasi terbaru mengenai pemanfaatan batang kelapa sawit adalah pemanfaatan nira kelapa sawit menjadi gula merah. Nira kelapa sawit didapatkan melalui proses penyadapan. Metode penyadapan yang berbeda memberikan pengaruh yang nyata terhadap kadar air, total gula, total padatan terlarut dan total asam. Penyadapan melalui titik tumbuh pohon tumbang yang telah melalui pelayuan memberikan hasil total gula yang tinggi (18,47%) dengan volume yang cukup besar (6 liter). Identifikasi gula nira sawit dengan menggunakan HPLC (*High Performance Liquid Chromatography*) mendeteksi adanya sukrosa (11,66%), glukosa (2,32%) dan fruktosa (1,47) dalam nira tersebut (Suwandi, 1993).

Gula merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok kebutuhan masyarakat. Kebutuhan ini semakin meningkat setiap tahunnya, yang tidak dapat diimbangi oleh tingkat produksi gula nasional (Mila, 2008).

Peningkatan tersebut terjadi seiring meningkatnya pendapatan penduduk serta semakin banyak industri pangan yang menggunakan gula merah sebagai bahan bakunya. Gula merah merupakan salah satu alternatif untuk memenuhi kebutuhan gula di Indonesia. Proses produksi gula merah yang selama ini dikerjakan menggunakan teknologi sederhana dan bersifat tradisional inilah yang menyebabkan hasil produksi gula merah sangat bervariasi (Suratni, 2018).

Gula merah merupakan gula yang dihasilkan dari pengolahan nira palma, yaitu aren, kelapa, siwalan, tau jenis palma lainnya dan berbentuk cetak atau serbuk. Menurut Dachlan (1984), pada dasarnya proses pembuatan gula merah

adalah proses penguapan nira dengan cara pemanasan. Setelah penyadapan, nira segera dibersihkan dari kotoran dengan cara penyaringan menggunakan ijuk, kemudian dituangkan ke dalam wadah dan segera dipanaskan. Nira tersebut akan mendidih dan pendidihan selanjutnya akan menimbulkan buih yang meluap-luap berwarna kuning sampai coklat (Ayernor dan Matthews, 1971).

Bila dilihat dari segi pendapatan pengolahan gula merah, memproduksi gula merah sebenarnya sangat berpotensi untuk meningkatkan pendapatan mereka namun hal tersebut belum dilakukan secara optimal karena adanya berbagai masalah internal baik dalam proses produksi, pengolahan, pemasaran maupun kelembagaan. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan dari pemerintah daerah untuk mengembangkan produk gula merah sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan para petani gula merah yang merupakan bagian dari industri kecil rumah tangga untuk dapat mengembangkan produk gula merah sebagai salah satu produk unggulan (Kiki, 2016).

Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah yang mendasari penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan dan harga terhadap permintaan gula merah nira kelapa sawit?
2. Bagaimana perilaku konsumen terhadap permintaan gula merah nira kelapa sawit?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan dan harga terhadap permintaan gula merah nira kelapa sawit berdasarkan klasifikasi di daerah penelitian.
2. Untuk mengidentifikasi dan menjelaskan perilaku konsumen terhadap permintaan gula merah nira kelapa sawit berdasarkan klasifikasi di daerah penelitian.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan harga terhadap permintaan gula merah nira kelapa sawit berdasarkan klasifikasi di daerah penelitian.
2. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap permintaan gula merah nira kelapa sawit berdasarkan klasifikasi di daerah penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA

Agroindustri

Agroindustri pada dasarnya merupakan industri yang menggunakan bahan baku utama dari produk pertanian, perkebunan dan perikanan, yang berpotensi dapat dikembangkan. Hampir semua produk makanan dan minuman menggunakan bahan baku utama dari produk pertanian, perkebunan dan perikanan. Industri makanan dan minuman ini telah mampu meningkatkan nilai tambah produk pertanian, perkebunan dan perikanan. Peningkatan nilai tambah petani telah banyak dilakukan melalui pemanfaatan produk yang tidak hanya untuk makanan pokok tetapi juga sebagai bahan baku pengembangan produk agroindustri. Perkembangan agroindustri mendapat perhatian yang cukup besar dari berbagai kalangan. Agroindustri ini telah mampu meningkatkan nilai tambah produk pertanian (Firda,2014).

Gula Merah Nira Kelapa Sawit

Gula merah adalah hasilolahan nira yang berbentuk padatdanberwarnacoklatkemerahansampaidengancoklattua.Nirayang digunakan biasanya berasal dari tanaman kelapa, aren, lontar atau siwalan, tebu dan kelapa sawit atau jenis palmarum lainnya yang berbentuk cetakauserbuk.

Selain untuk konsumsi di tingkat rumah tangga, gula merah juga menjadi bahan baku untuk berbagai industri pangan seperti industri kecap, tauco, produk *cookies*, dan berbagai produk makanan tradisional. Gula merah juga mulai dikonsumsi di berbagai negara baik sebagai konsumsi akhir maupun sebagai bahan baku dan bahan tambahan dalam suatu industri (Mila,2008).

Umbut kelapa sawit adalah empulur bagian ujung kelapa sawit bertekstur lunak yang akan tumbuh menjadi pelepah dan daun kelapa sawit. Umbut kelapa sawit merupakan pangkal kelapa sawit yang masih muda berada sekitar 30cm dari tandan buah segar kelapa sawit. Pada kelapa sawit yang berumur sekitar 25 tahun umbut kelapa sawit diperoleh sekitar 20 kg per pohon kelapa sawit. Di Indonesia umbut kelapa sawit sudah diproduksi oleh para petani dari kelapa sawit yang ditumbang. Kelapa sawit yang ditumbang dapat menghasilkan umbut dan dapat diolah menjadi sayur dan pati. Dengan demikian setiap satu hektar areal perkebunan kelapa sawit menghasilkan 2.860 kg umbut sawit dalam keadaan basah atau 286 kg dalam keadaan kering (Idris, 2018).

Kemudian umbut yang telah diiris ditampung dengan wadah untuk menghasilkan nira kelapa sawit, pengirisan umbut dilakukan pagi dan sore setelah itu 5 drejen nira berkapasitas 35 liter dimasak sekitar 2 jam hingga nira sedikit mengental, setelah nira mengental dimasukan gula putih sebanyak 30 kg, setelah

itu nira tersebut diaduk hingga gula putih larut dan mengental dan dari bahan-bahan tersebut menghasilkan gula merah nira kelapa sawit sebanyak 60 kg.

Agroindustri pengolahan gula merah merupakan salah satu agroindustri potensial untuk dikembangkan. Pengembangan agroindustri gula merah banyak menghadapi kendala yang harus disikapi karena adanya faktor-faktor yang menghambat usaha agroindustri ini, oleh karena itu diperlukan strategi dalam pengembangannya (Novita, 2017).

Bila waktu penebangan tiba, terutama batang kelapa sawit, baik pelepah maupun daun menjadi limbah padat pada perkebunan kelapa sawit. Limbah padat tersebut hingga saat ini pemanfaatannya belum maksimal, karena belum adanya pengkajian dan usaha-usaha yang dilakukan agar dapat berdaya guna dan berhasil guna serta memberi nilai tambah yang lebih tinggi dalam pemanfaatan batang kelapa sawit. Sementara limbah padat tersebut tersedia cukup banyak di Indonesia (Lubis dan Darmoko, 1994).

Landasan Teori

Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada berbagai macam faktor yang mempengaruhi mengapa seseorang membeli suatu produk tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Antara kebutuhan dan keinginan terdapat suatu perbedaan, kebutuhan bersifat naluriah, sedangkan keinginan merupakan kebutuhan buatan yang dibentuk oleh lingkungan hidup seperti lingkungan keluarga, tempat bekerja, kelompok sosial, tetangga dan sebagainya (Sunyoto, 2012).

Menurut Setiadi (2008), untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (afeksi), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan serta dimana (kejadian disekitar) yang mempengaruhi *Okta Nofri, Andi Hafifah* serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan konsumen tersebut. *The American Marketing Association* (1995) dalam Peter dan Olson (2010:5) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai “*The dynamic interaction of*

affect and cognition, behavior and environmental events by which human beings conduct the exchange aspect of their lives”, artinya perilaku konsumen didefinisikan sebagai interaksi dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku, dan lingkungannya di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka (Noevri, 2018).

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk. Untuk sampai ketahap pembelian, terdapat langkah-langkah dalam proses pembelian dengan tahapan sebagai berikut :

1. Pengenalan masalah, yaitu tahap pertama proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal.
2. Pencarian informasi, yaitu tahap proses pengambilan keputusan dimana konsumen telah tertarik untuk mencari informasi yang lebih banyak.
3. Evaluasi alternatif, yaitu tahap proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek yang bersaing dan membuat penilaian akhir.
4. Keputusan pembeli, yaitu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli produk.
5. Perilaku pasca pembelian, yaitu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan dan ketidakpuasan tertentu (Kotler, 2002)

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Biasanya pemasar tidak dapat mengendalikan faktor-faktor semacam itu, tetapi mereka harus memperhitungkannya. Berikut adalah pengaruh dari keempat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen:

1. Faktor Budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam pada perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh budaya, subbudaya dan kelas sosial pembeli.

a. Budaya

Budaya (*culture*) adalah penyebab keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar. Perilaku manusia dipelajari secara luas. Tumbuh di dalam suatu masyarakat, seorang anak mempelajari nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku dari keluarga dan institusi penting lainnya. Setiap kelompok atau masyarakat mempunyai budaya, dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian bisa sangat bervariasi dari satu negara ke negara lain.

b. Sub Budaya

Masing-masing budaya mengandung subbudaya (*subculture*) yang lebih kecil, atau kelompok orang berbagai sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

c. Kelas Sosial

Hampir semua masyarakat mempunyai beberapa bentuk struktur kelas sosial. Kelas sosial (*social class*) adalah pembagian masyarakat yang relatif permanen dan berjenjang di mana anggotanya berbagai nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan hanya oleh faktor, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lain.

2. Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

a. Kelompok

Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok (*group*) kecil. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan tempat dimana seseorang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan. Sebaliknya, kelompok referensi bertindak sebagai titik perbandingan atau titik referensi langsung (berhadapan) atau tidak langsung dalam membentuk sikap atau perilaku seseorang.

b. Keluarga

Anggota keluarga bisa sangat mempengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti secara ekstensif. Pemasar tertarik pada peran dan pengaruh suami, istri, serta anak-anak dalam pembelian barang dan jasa yang berbeda.

c. Peran dan Status

Seseorang menjadi anggota banyak kelompok-keluarga, klub, dan organisasi. Posisi seseorang dalam masing-masing kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dilakukan seseorang sesuai dengan orang-orang di sekitarnya. Masing-masing peran membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan kepadanya oleh masyarakat. Seseorang biasanya memilih produk yang sesuai dengan peran dan status mereka.

3. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Seseorang merubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang hidup mereka. selera makanan, pakaian, perabot, dan rekreasi sering berhubungan dengan usia. Pembelian juga dibentuk oleh tahap siklus hidup keluarga, tahap-tahap yang dilalui keluarga ketika mereka menjadi matang dengan berjalannya waktu. Pemasar sering mendefinisikan pasar sasaran mereka dengan tahap siklus hidup dan mengembangkan produk dan rencana pemasaran yang sesuai untuk setiap tahap itu.

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang mereka beli. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat diatas rata-rata pada produk dan jasa mereka. Perusahaan bahkan dapat mengkhususkan diri membuat produk yang diperlukan oleh kelompok pekerjaan tertentu.

c. Situasi Ekonomi

Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk. Pemasar barang-barang yang sensitif terhadap pendapatan, mengamati pendapatan pribadi, tabungan dan suku bunga. Beberapa pemasar menargetkan konsumen yang mempunyai banyak uang dan sumber daya, menetapkan harga yang sesuai.

d. Gaya Hidup

Seseorang yang berasal dari subbudaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang cukup berbeda. Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam keadaan psikografisnya. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia. Jika digunakan secara cermat, konsep gaya hidup dapat membantu pemasar

memahami nilai konsumen yang berubah dan bagaimana gaya hidup mempengaruhi perilaku pembelian.

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian setiap orang yang berbeda-beda mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian (*personality*) mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk atau pilihan merek tertentu.

4. Faktor Psikologis

Selanjutnya pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu: motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

a. Motivasi

Seseorang senantiasa mempunyai banyak kebutuhan. Salah satunya adalah kebutuhan biologis, timbul dari dorongan tertentu seperti rasa lapar, haus, dan ketidaknyamanan. Kebutuhan lainnya adalah kebutuhan psikologis, timbul dari kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa memiliki. Kebutuhan menjadi motif ketika kebutuhan itu mencapai tingkat intensitas yang kuat. Motif (*motive*) atau dorongan adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang mencari kepuasan.

b. Persepsi

Persepsi (*perception*) adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang

berarti. Cara seseorang tersebut bertindak dipengaruhi oleh persepsi dirinya tentang sebuah situasi.

c. Pembelajaran

Pembelajaran (*learning*) menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Ahli teori pembelajaran mengatakan bahwa perilaku manusia yang paling utama adalah belajar. Pembelajaran terjadi melalui interaksi dorongan (*drives*), rangsangan, pertanda, respons, dan penguatan (*reinforcement*).

d. Keyakinan dan Sikap

Melalui pelaksanaan dan pembelajaran, seseorang mendapatkan keyakinan dan sikap. Pada akhirnya, keyakinan dan sikap ini mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Keyakinan (*belief*) adalah pemikiran yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan bisa didasarkan pada pengetahuan nyata, pendapat, atau iman dan bisa membawa muatan emosi maupun tidak. Sikap (*attitude*) menggambarkan evaluasi, perasaan, dan tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide (Kotler, 2008).

Teori Permintaan

Permintaan dan penawaran atas barang-barang pertanian berkaitan erat dengan perkembangan atau boleh juga disebut harga mempengaruhi permintaan atau penawaran hasil pertanian. Menurut hukum ekonomi semakin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2013).

Teori permintaan menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan: makin rendah harga suatu barang maka makin banyak

permintaan terhadap barang tersebut sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan, yaitu:

1. Pendapatan

Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat. Tinggi/rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan. Pendapatan yang lebih rendah berarti bahwa secara total hanya ada uang yang sedikit untuk dibelanjakan, sehingga masyarakat akan membelanjakan sedikit uang untuk beberapa dan mungkin pula terhadap sebagian besar barang. Jika permintaan terhadap suatu barang berkurang ketika pendapatan berkurang, barang tersebut dinamakan tidak barang normal (*normal good*). (Samosir, 2008)

2. Tingkat Pendidikan

Pembelajaran merupakan suatu proses perubahan perilaku yang relatif permanen yang diakibatkan dari proses pendidikan dan pengalaman yang dijalani. Pendidikan seseorang sangat mempengaruhi pilihannya. Apabila pendidikan konsumen tinggi maka akan lebih baik memilih barang yang berkualitas baik (Sangadji, 2013)

3. Jumlah Tanggungan

Jumlah tanggungan akan mempengaruhi jumlah permintaan. Makin banyak tanggungan, maka jumlah permintaan akan meningkat. Hal ini berkaitan dengan usaha pemenuhan akan kecukupan kebutuhan setiap individu yang ada di suatu tempat. Permintaan berhubungan positif dengan jumlah tanggungan. Pertambahan jumlah tanggungan/penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi biasanya pertambahan jumlah tanggungan/penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat. Pertambahan daya beli ini akan menambah permintaan (Sukirno, 2013).

4. Harga barang itu sendiri

Sesuai dengan hukum permintaan hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta adalah negatif. Bila harga naik maka permintaan turun dan sebaliknya bila harga turun permintaan akan naik dengan asumsi *ceterisparibus*. Dengan demikian perubahan harga terhadap permintaan mempunyai arah yang berkebalikan. (Sukirno, 2013).

Atribut Produk

Produk adalah suatu kumpulan atribut fisik, psikis, jasa, dan simbolik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sebuah produk terdiri atas atribut-atribut, baik yang berwujud (*tangible*) maupun tidak berwujud (*intangible*), termasuk kemasan, warna, harga, kualitas, dan merek ditambah jasa layanan dari penjual dan reputasi. (Setiyaningrum, 2015). Sedangkan menurut (Engel, et al 1994 dalam Andilla 2011), atribut produk diartikan sebagai karakteristik atau sifat suatu produk, umumnya mengacu pada karakteristik produk yang berfungsi sebagai atribut evaluatif selama pengambilan keputusan. Secara umum seluruh bagian, sifat-sifat yang terdapat pada suatu produk dan wujud produk dinamakan karakteristik produk. Penilaian terhadap atribut produk dapat menggambarkan sikap konsumen terhadap produk tersebut sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam membelanjakan dan mengonsumsi suatu produk.

Menurut (Sumarwan 2004 dalam Andilla 2011), bahwa pengetahuan konsumen tentang atribut yang dimiliki suatu produk berbeda untuk setiap individunya, hal ini disebabkan karena saluran informasi, tingkat ketertarikan, dan tingkat pendidikan konsumen berbeda. Menurut (Sangadji 2013) Terdapat dua macam atribut, yaitu atribut instrinsik dan atribut ekstrinsik. Atribut intrinsik adalah indikator nilai yang berasal dari penilaian konsumen terhadap dimensi yang ada pada produk. Atau dapat dikatakan juga sebagai atribut fisik yaitu menggambarkan ciri-ciri fisik dari suatu produk. Sedangkan atribut ekstrinsik adalah segala sesuatu yang diperoleh dari segala aspek eksternal produk, seperti harga, merek, kemasan, dan layanan.

Penelitian Terdahulu

Rizal (2015), dengan judul penelitian “Survey Mutu Dan Keamanan Gula Merah Di Pasar Kota Bandar Lampung”. Gula merah merupakan produk olahan nira kelapa/aren yang dilakukan oleh pengrajin gula merah semakin diminati karena berbagai kelebihan yang dimilikinya. Namun dalam proses pengolahannya ada peluang ditambahkan bahan-bahan lain yang berlebihan atau membahayakan kesehatan demi keuntungan sepihak. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui mutu dan keamanan gula merah yang beredar di pasar Kota Bandar Lampung. Lokasi sampling gula merah ditentukan mengacu pada ISO 8243:1991 yaitu 10 pasar dari 13 pasar yang ada di Bandar Lampung yang dipilih secara purposive sampling. Setiap pasar diambil sampel sebanyak akar N ($N = \text{jumlah pedagang gula merah di pasar terkait}$) dan masing-masing titik sampling diambil sampel gula merah sebanyak 0,5 kg. Sampel gula merah kemudian dianalisis mutu (kadar abu dan padatan tidak larut) serta analisis boraks secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mutu gula merah di pasar Kota Bandar Lampung dilihat dari kadar abu dan padatan tidak larut masih belum baik. Sebanyak 63% sampel yang dianalisis belum memenuhi persyaratan mutu gula merah (SNI 013743:1995) yaitu kadar abu maksimal 2% dan hanya 5% sampel yang memenuhi persyaratan padatan tidak larut maksimal 1%. Hasil analisis boraks secara kualitatif menunjukkan seluruh sampel gula merah tidak mengandung boraks atau gula merah yang beredar di pasar-pasar Kota Bandar Lampung aman dari boraks.

Marbun (2014), dengan judul skripsi “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Kopi Luwak Bermerek di Kota Medan”. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Dengan tujuan untuk menganalisis perkembangan permintaan dan penawaran terhadap kopi luwak bermerek di daerah penelitian dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian kopi luwak bermerek di daerah penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi luwak kopi Sidikalang. Dari keempat faktor yang terdiri dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian kopi luwak kopi Sidikalang adalah faktor psikologis. Sebanyak 63,1% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh faktor budaya, sosial, dan psikologis. Sedangkan sisanya 36,9% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Silitonga (2014) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Pekanbaru”. Metode

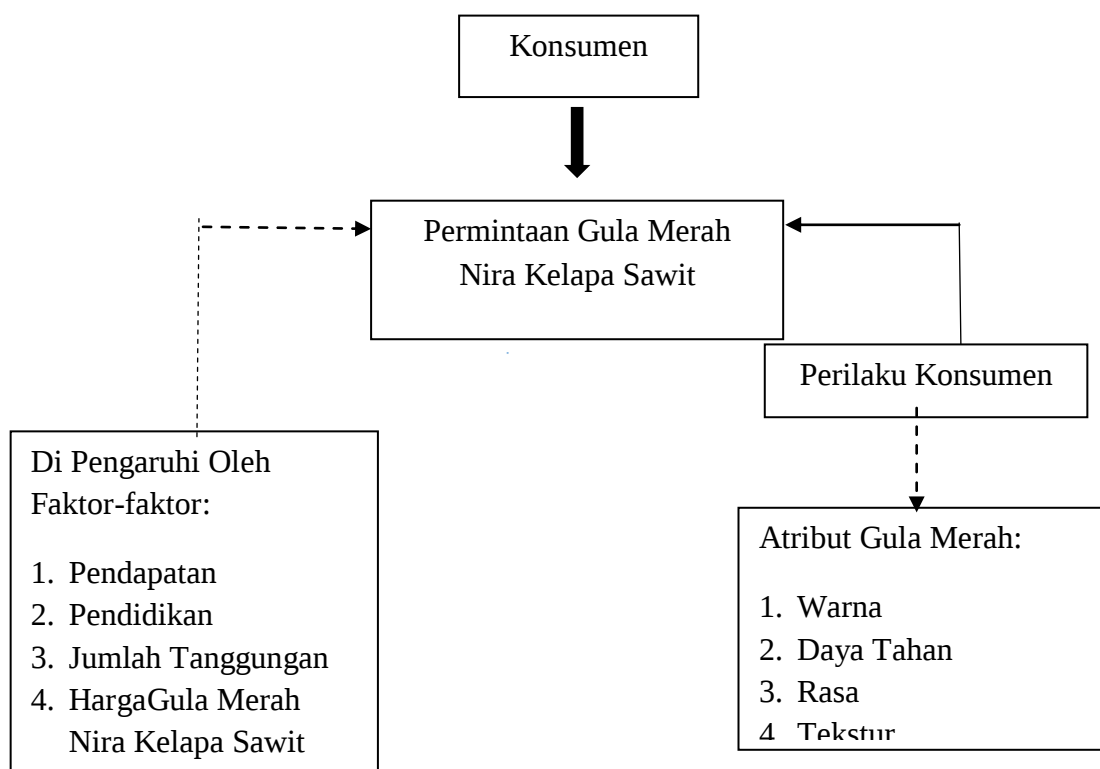
yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survei yang dilaksanakan di Kota Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini merupakan semua konsumen yang mengkonsumsi sayuran organik. Penentuan sampel konsumen dilakukan secara *accidental sampling*. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda (*multiple regression*) dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sayuran organik. Dan menggunakan metode analisis regresi logistik ganda (*multiple regression logistic*) dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh faktor karakteristik sosial ekonomi terhadap keputusan pembelian sayuran organik dan kemampuan menaksir probabilitas individu untuk membeli sayuran organik. Berdasarkan hasil penelitian, variabel bebas yang berpengaruh nyata terhadap permintaan organik adalah harga sayuran organik (X_1), karena memiliki nilai *P-value* lebih kecil dari taraf nyata = 0,05. Sedangkan harga sayuran non organik (X_2), pendapatan (X_3), jumlah anggota keluarga (X_4), dan *dummy* waktu beli hari libur dan non hari libur (D) tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran organik. Analisis secara simultan diperoleh kelima variabel bebas diatas berpengaruh nyata terhadap permintaan sayuran organik, dan R^2 ajd diperoleh sebesar 0,778 sehingga kelima variabel bebas diatas dapat menerangkan permintaan sayuran organik sebesar 77,80%. Variabel umur tidak mempunyai korelasi nyata dengan keputusan konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi sayuran organik, karena sayuran organik dibutuhkan oleh setiap umur atau yang sudah tua. Variabel pendidikan tidak berkorelasi nyata dengan keputusan konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi sayuran organik. Karena konsumen dengan pendidikan tinggi belum tentu lebih mengerti manfaat dari sayuran organik, dan orang yang berpendidikan tinggi itu belum tentu mempunyai pendapatan lebih tinggi. Variabel pendapatan tidak berkorelasi dengan keputusan membeli dan mengkonsumsi sayuran organik dimana konsumen yang berpenghasilan tinggi belum tentu mampu dan mempunyai tingkat keputusan tinggi dalam membeli dan mengkonsumsi sayuran organik. Dan variabel jumlah anggota keluarga tidak mempunyai korelasi dengan keputusan konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi sayuran organik.

Kerangka Pemikiran

Konsumen adalah orang atau badan usaha yang melakukan kegiatan konsumsi. Konsumsi bukan hanya makan dan minum, tetapi juga menyangkut kegiatan lain yang berkaitan dengan pemenuhan hidup dalam perekonomian. Konsumen disini adalah konsumen yang datang langsung membeli gula merah nira kelapa sawit di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Adanya keinginan dari konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi maka konsumen akan melakukan permintaan.

Permintaan (*Demand*) adalah sejumlah barang yang dibeli oleh konsumen pada suatu harga dan waktu tertentu. Permintaan konsumen terhadap gula merah nira kelapa sawit dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan harga gula merah nira kelapa sawit. Selain itu permintaan konsumen terhadap gula merah nira kelapa sawit berhubungan dengan perilaku konsumen. Dimana perilaku konsumen dalam pembelian gula merah nira kelapa sawit berdasarkan atribut gula merah nira kelapa sawit yaitu, warna, daya tahan, rasa, tekstur gula merah nira kelapa sawit.

Dari penjelasan di atas, maka dapat digambarkan skema rangkaian pemikiran peneliti sebagai berikut :



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- > : Proses Pembelian
 —————> : Ada Hubungan
 - - - - -> : Ada Pengaruh

Hipotesis :

Ada pengaruh faktor pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan ha produk terhadap permintaan gula merah nira kelapa sawit berdasarkan klasifikasi.

METODE PENELITIAN**Metode Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung kelapangan. Metode studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu, atau suatu fenomena yang ditemukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini berlokasi di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive* (sengaja) berdasarkan pertimbangan bahwa di Desa Melati adalah salah satu industri gula merah nira kelapa sawit yang berkembang di Sumatera Utara.

Metode Penarikan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan kebetulan, maka sampel penelitian adalah konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat melakukan transaksi pembelian gula merah nira kelapa sawit di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Menurut Roscoe dalam buku Sugiyono (2017) “Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500”, dengan demikian peneliti menentukan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 30 orang .

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur dan buku-buku lainnya yang berkaitan dengan pembahasan, ataupun instansi lainnya yang terkait baik data ataupun dokumen yang sesuai dengan pembahasan ini. Sumber lain diperoleh dari jurnal maupun internet atau sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Perumusan masalah kedua peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan atau menjelaskan kriteria perilaku konsumen dengan cara menganalisis kriteria perilaku konsumen sehingga dapat menentukan tingkat perilaku konsumen Dalam pengujian perilaku konsumen

Metode Analisis Data

Untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik, untuk memastikan apakah model regresi liner berganda yang digunakan tidak terdapat masalah normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Jika semua itu terpenuhi maka model analisis telah layak digunakan.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji apakah data-data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut :

a. Metode Grafik

Metode grafik yang handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Metode Statistik

Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Kolmogorov Smirnov. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan lebih besar dari alpha 5% maka menunjukkan distribusi data normal.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas artinya variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda saling berhubungan secara sempurna. Tujuan uji multikolinieritas untuk melihat tidak adanya hubungan antara satu variabel independen dengan variabel independen lainnya. Multikolinieritas dapat diukur dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Namun jika nilai *tolerance* $< 0,1$ dan $VIF > 10$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dan jika varians berbeda maka

disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID.

Analisis Regresi Linear Berganda

Perumusan masalah pertama yaitu untuk menganalisis apakah ada pengaruh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan dan harga terhadap permintaan gula merah nira kelapa sawit menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Tujuan analisis regresi linear berganda adalah menggunakan nilai-nilai variabel independen yang diketahui, untuk meramalkan nilai variabel dependen (Sulaiman, 2004)

Persamaan yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Jumlah Permintaan Gula Merah Nira Kelapa Sawit

a = Konstanta /intercept

b = Koefisien Regresi

X₁ = Pendapatan (Rp/Bulan)

X₂ = Pendidikan (Tahun)

X₃ = Jumlah Tanggungan (jiwa)

X₄ = Harga Gula Merah Nira Kelapa Sawit (Rp/Kg)

e = Error

Untuk menguji pengaruh secara parsial maka dapat digunakan dengan rumus dan nilai signifikansi dari t hitung sebagai berikut :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\text{Koefisien Regresi } (b_i)}{\text{Standar Deviasi } b_i}$$

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kemudian dilihat dari signifikansi dengan kriteria sebagai berikut :

Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Untuk menguji kekuatan pengaruh faktor-faktor secara serempak maka dapat digunakan dengan rumus dan signifikansi F hitung sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (N-k)}$$

Dimana :

R^2 = Koefisien determinasi

N = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Perumusan masalah kedua peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan atau menjelaskan kriteria perilaku konsumen dengan cara menganalisis kriteria perilaku konsumen sehingga dapat menentukan tingkat perilaku konsumen.

Indikator Pembelian

Atribut Warna

Dalam indikator pembelian gula merah dilihat berdasarkan atribut warna berdasarkan teori perilaku konsumen, alasan dalam indikator pembelian gula merah lebih memilih atribut warna karena atribut warna merupakan atribut yang sesuai

oleh teori perilaku konsumen, dan sesuai dengan kriteria produk gula merah yang ada di lapangan, oleh karena itu dalam atribut warna terdapat tiga kriteria warna yaitu merah, hitam, dan kuning. Selanjutnya di atribut warna untuk mengetahui berapa sampel yang memilih atribut warna dalam pembelian dapat dilihat berdasarkan jumlah sampel dan persentase jawaban para responden, dan dapat dilihat berdasarkan tabel di bawah ini :

Tabel 1. Indikator Pembelian Gula Merah Nira Kelapa Sawit Berdasarkan AtributWarna

Atribut		
Warna	Jumlah Konsumen	Presentase
Merah		
Hitam		
Kuning		
Total		

Atribut Rasa

Dalam Pembelian gula merah dapat dilihat berdasarkan atribut rasa sesuai dengan teori perilaku konsumen, dan juga berdasarkan kriteria produk gula merah di lapangan, dalam atribut rasa memiliki tiga kriteria rasa yaitu Sangat Manis, Manis, dan cukup manis. Selanjutnya dalam kriteria perilaku konsumen dapat dilihat berdasarkan berapa jumlah sampel yang menjawab atau lebih memilih dari ketiga kriteria atribut rasa, dan banyaknya distribusi jawabannya, untuk lebih jelasnya dapat dilihat berdasarkan tabel di bawah ini :

Tabel 2. Indikator Pembelian Gula Merah Nira Kelapa Sawit Berdasarkan AtributRasa dan Tesktur

Atribut		
Rasa	Jumlah Sampel	Presentase
Sangat Manis		
Manis		
Cukup Manis		
Total		

Atribut Tekstur

Dalam pembelian gula merah dapat dilihat dari atribut tekstur dimana atribut tekstur merupakan atribut yang sesuai dengan teori perilaku konsumen dan sesuai dengan produk di lapangan, berdasarkan atribut tekstur dapat dilihat dari kriteria atribut tekstur yaitu kasar dan lembut. Selanjutnya jumlah pembelian gula merah dapat dilihat berdasarkan jumlah responden yang membeli gula merah dengan jumlah persentase jawaban para responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3. Indikator Atribut Tekstur Perilaku Konsumen Gula Merah

Atribut		
Tekstur	Jumlah Sampel	Persentase
Sangat Kasar		
Kasar		
Cukup Kasar		
Total		

Atribut Daya Tahan

Dalam pembelian gula merah dapat dilihat berdasarkan atribut daya tahan, atribut daya tahan merupakan atribut yang sesuai dengan teori perilaku konsumen dan berdasarkan produk gula merah yang ada di lapangan. Dalam atribut daya tahan memiliki kriteria daya tahan yaitu satu bulan dan berdasarkan jenis warna gula merah yaitu merah, hitam, kuning. Oleh sebab itu dalam atribut daya tahan ini juga melihat jumlah responden untuk mengetahui siapa saja yang membeli gula merah berdasarkan atribut daya tahan, selanjutnya dapat dilihat secara lengkapnya berikut ini berdasarkan tabel :

Tabel 4. Indikator Atribut Daya Tahan Perilaku Konsumen Gula Merah

Atribut			
Warna	Daya Tahan	Jumlah Sampel	Persentase
Merah	1 Bulan		
Hitam	1 Bulan		
Kuning	1 Bulan		
Total			

Defenisi dan Batasan Operasional

1. Tempat penelitian adalah di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara.
2. Komoditi yang akan diteliti adalah gula merah nira kelapa sawit berdasarkan atribut warna, daya tahan, rasa dan tekstur.
 - a. Warna yaitu gula merah nira kelapa sawit memiliki warna merah, hitam dan kuning.
 - b. Daya tahan yaitu gula merah nira kelapa sawit memiliki daya tahan 1 bulan kadang lebih dari satu bulan sesuai dengan pengolahan.
 - c. Rasa yaitu gula merah nira kelapa sawit memiliki rasa yang manis seperti gula aren.
 - d. Tekstur yaitu gula merah nira kelapa sawit memiliki tekstur yang berbeda dengan gula aren yaitu gula merah nira kelapa sawit memiliki tekstur yang kasar dibanding dengan gula aren.
3. Responden adalah pengunjung yang melakukan pembelian gula merah di industrigula merah di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai.
 - a. Faktor – faktor yang menentukan perilaku konsumen yang diteliti adalah warna, daya tahan, rasa dan tekstur gula merah nira kelapa sawit.
 - b. Warna adalah kesan yang didapat konsumen saat melihat gula merah nira kelapa sawit memiliki 3 macam warna yaitu, merah, hitam dan kuning.
 - c. Daya tahan adalah ketahanan yang terdapat pada gula merah nira kelapa sawit yang dapat dirasakan oleh konsumen saat membelinya (1 bulan).

- d. Rasa adalah cara pemilihan terhadap gula merah nira kelapa sawit yang dapat menjadi daya tarik terhadap konsumen untuk membelinya.
 - e. Tekstur adalah aqhasil akhir dari gula merah nira kelapa sawit yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumengula merah nira kelapa sawit memiliki tekstur kasar.
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang diteliti adalah pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan dan harga.
- a. Pendapatan adalah rata-rata pendapatan total keluarga per bulan (Rp/bulan)
 - b. Pendidikan adalah lamanya responden menempuh pendidikan formal (Tahun).
 - c. Jumlah Tanggungan adalah banyaknya anggota keluarga yang terdiri dari anak (Orang).
 - d. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan/dibayar kosumen untuk memperoleh produk yang ditawarkan (Rp/kg).
 - e. Waktu penelitian dilakukan pada tahun2019.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Batas Wilayah

Desa Melati II merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara. Secara geografis Desa Melati II terletak 15m diatas permukaan laut dengan suhu 28 – 32⁰C. Memiliki jarak 6 km dari Ibu Kota Kecamatan dengan jarak tempuh 15 menit dan 23 km dari Ibu Kota Kabupaten dengan jarak tempuh 1 jam.

Adapun batas-batas wilayah Desa Melati II Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai adalah sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Melati I Kecamatan Perbaungan.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Perkebunan PTPN II Kebun Melati.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Citaman Jernih dan PTPN IV Adolina.
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Jatimulyo.

Luas Wilayah

Luas wilayah Desa Melati II adalah 1.180 Ha, 980 Ha adalah lahan persawahan atau pertanian dimana sebagian besar masyarakatnya adalah petani dan buruh tani. Dimana luas wilayah Desa Melati II yang terdiri dari sawah irigasi teknis 980 Ha, pemukiman 170 Ha, tegal/ladang 0,4 Ha, tanah rawah 0 Ha, tanah kas desa 0 Ha, tanah lapangan 0 Ha dan Kantor Desa 1.600 Ha.

Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin

Desa Melati II pada tahun 2018 berpenduduk 16.395 jiwa dan 4.987 KK yang terdiri dari 23 Dusun dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Secara terperinci keterangan mengenai penduduk Desa Melati II Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Tahun 2018

No	Dusun	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Rasio Jenis Kelamin
1	Rambe	357	402	759	88,80
2	Kuini	429	492	921	87,19

3	Kemiri	298	319	617	94,41
4	Pala	351	393	744	89,31
5	Jambu	175	198	373	88,38
6	Sukun	118	169	287	69,82
7	Delima	342	335	677	102,08
8	Kelapa	298	355	653	83,94
9	Jeruk	258	264	522	97,72
10	Belimbing	357	319	676	111,91
11	Salak	297	323	620	91,95
12	Langsat	256	283	539	90,45
13	Jering	306	331	637	92,44
14	Randu	487	498	985	97,79
15	Sei Tontong I	287	301	588	95,34
16	Sei Tontong II	201	219	420	91,78
17	Cempedak	188	196	384	95,91
18	Sumber Sari	135	154	289	87,66
19	Mangga	315	441	756	71,42
20	Duku Durian	395	452	847	87,38
21	Kenari	451	473	924	95,34
22	Rambutan Kedondong	637	698	1.335	91,26
23	Nawarjo	859	983	1.842	87,38
Jumlah		7.797	8.598	16.395	90,68

Sumber : kantor kepala Desa Melati II 2019

Dari Tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk Desa Melati II laki-laki yaitu sebanyak 7.797 jiwa sedangkan perempuan sebanyak 8.598 jiwa.

Penduduk yang jumlahnya paling banyak di dusun Nawarjo yaitu 1.842 jiwa. Penduduk yang jumlahnya sedikit di dusun Sukun yaitu 287 jiwa. Sedangkan daerah penelitian terdapat di Dusun Pala, Dusun Kelapa, Dusun Jering dan Dusun Sei Tontong I.

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana umum merupakan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah untuk kepentingan masyarakat serta dalam upaya mencerdaskan masyarakat di Desa Melati II. Hal tersebut untuk mendukung setiap kegiatan masyarakat serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam hal fasilitas umum. Desa Melati II memiliki beberapa fasilitas yang disediakan oleh pemerintah setempat. Untuk lebih jelas dapat dilihat dari Tabel 9 yaitu :

Tabel 6. Jumlah Sarana dan Prasarana Umum di Desa Melati II

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah	Presentase (%)
1	Kantor balai desa posyandu	13	20
2	Puskesmas	1	1,5
3	Rumah sakit swasta	1	1,5
2	Mesjid	7	11
3	Mushola	20	31
4	Gereja	1	1,5
5	Taman kanak-kanak dan paud	11	17
2	Sekolah Dasar	4	6
3	Madrasah Ibtidaiyah	4	6
5	SMP Swasta	1	1,5
6	SMA Swasta	1	1,5
7	SMA Negeri	1	1,5
Jumlah		65	100

Sumber : kantor kepala Desa Melati II 2019

Karakteristik Responden

Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah pelaku usaha gula merah nira kelapa sawit yang berada di Desa Melati II Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Karakteristik responden meliputi umur responden, pendidikan terakhir, jumlah tanggungan dan lama dalam mengusahakan gula merah nira kelapa sawit. Karakteristik responden tersebut dapat dilihat pada Tabel 7 sebagai berikut :

Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Usia

No	Usia (tahun)	Frekuensi	Presentase (%)
1	20 – 30	4	30,77
2	31 – 40	6	46,15
3	41 – 50	3	23,08
Total		13	100

Sumber : Analisis Data Primer 2019

Dari Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pelaku usaha dengan umur antara 20-30 tahun sebanyak 4 orang (30,77), umur antara 31-40 tahun sebanyak 6 orang (46,15), umur antara 41-50 tahun sebanyak 3 orang (23,08). Berdasarkan data diatas bahwa pelaku usaha termasuk dalam umur produktif yaitu 31-40 tahun (46,15) sehingga produktivitas kerja masih cukup tinggi.

Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
1	SD	2	15,39
2	SMP	7	53,84
3	SMA	4	30,77
Total		13	100

Sumber : Analisis Data Primer 2019

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pelaku usaha dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 2 orang (15,39), tingkat pendidikan SMP sebanyak 7 orang (53,84) dan tingkat pendidikan SMA sebanyak 4 orang (30,77). Berdasarkan data diatas bahwa pelaku usaha sebagian besar berpendidikan ditingkat SMP sebanyak 7 orang (53,84). Dengan demikian, dapat dikatakan sudah cukup dalam mendukung usaha gula merah nira kelapa sawit.

Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha

No	Lama usaha (tahun)	Frekuensi	Presentase (%)
1	1 – 3	11	84,61
2	4 – 6	2	15,39
Total		13	100

Sumber : Analisis Data Primer 2019

Dari Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pelaku usaha menurut lama lama usaha antara 1-3 tahun sebanyak 11 orang (84,61), lama usaha antara 4-6 tahun sebanyak 2 orang (15,39). Berdasarkan data diatas bahwa sebagian besar telah melakukan usaha antara 1-3 tahun sebanyak 11 orang (84,61). Dengan demikian, sebagian besar pelaku usaha di daerah penelitian belum cukup lama dalam pengusaha gula merah nira kelapa sawit.

Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Jumlah Tanggungan

No	Jumlah Tanggungan (orang)	Frekuensi	Presentase (%)
1	0 – 2	4	30,77
2	3 – 4	9	63,23
Jumlah		13	100

Sumber : Analisis Data Primer 2019

Dari Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pelaku usaha menurut jumlah tanggungan 0-2 sebanyak 4 orang (30,77), dengan jumlah tanggungan 3-4 orang sebanyak 9 orang (63,23). Berdasarkan data diatas bahwa pelaku usaha sebagian besar dengan jumlah tanggungan 3-4 sebanyak 9 orang (63,23). Dengan demikian, semakin banyak jumlah tanggungan maka semakin menuntut untuk mendapatkan uang yang lebih guna memenuhi kebutuhannya.

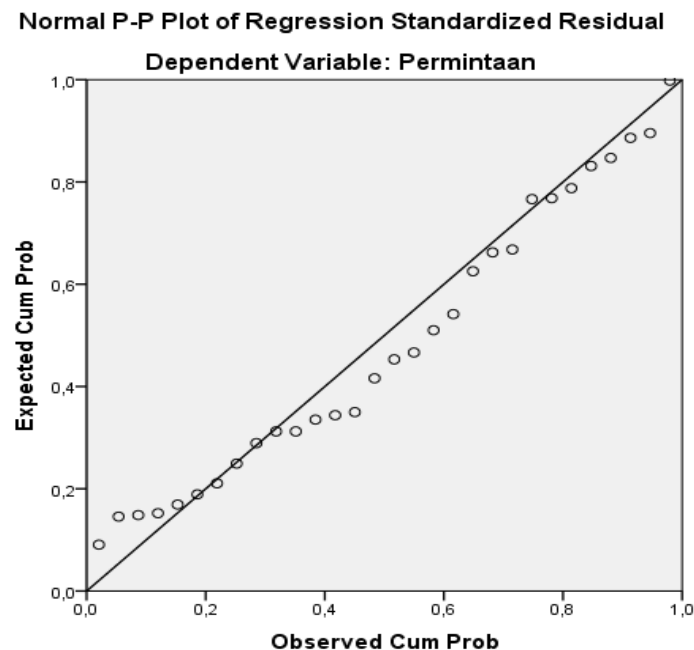
HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal, yaitu dengan melihat persebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak maka dapat dilakukan dengan melihat normal probability plot. Jika distribusi data normal, maka titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada grafik normal probability plot dibawah ini :



Gambar 2. Grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada pada model persamaan regresi linier berganda menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan atau data berdistribusi normal. Artinya data pada penelitian ini dapat untuk diregresikan.

2. Uji Multikolinearitas

Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai tolerance serta nilai Variant Inflation Factor (VIP). Kriteria pengujian yang umum dipakai adalah nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 . Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada hasil output SPSS berikut ini :

Tabel 11. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	(Constant)		
	Pendapatan	,721	1,386
1	Pendidikan	,997	1,003
	Jumlahtanggungan	,812	1,232
	Harga	,714	1,400
a. Dependent Variable: Permintaan			

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai dari masing-masing tolerance keempat variabel $> 0,10$ dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Maka dari itu untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji glejser. Jika nilai signifikansi (sig) $> 0,05$ maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel output uji glejser SPSS berikut ini :

Tabel 12. Uji Glejser

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	Sig.

		B	Std. Error	
	(Constant)	,316	3,507	,929
	Pendapatan	9,044	,000	,755
1	Pendidikan	-,049	,085	,570
	Jumlahtanggungan	-,310	,276	,272
	Harga	,000	,000	,535

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (sig) dari keempat variabel independen > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterosketastisitas pada model regresi.

1. Koefesien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tampilan SPSS model summery diperoleh hasil bahwa nilai R Square (R^2) Sebesar 84,2 % variasi variabel terikat permintaan gula merah (Y) mampu dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel bebas pendapatan (X1), pendidikan (X2), jumlah tanggungan (X3), harga gula merah (X4). Sedangkan sisanya sebesar 1,688 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 13. Model Summery

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	,918 ^a	,842	,817	1,688
a. Predictors: (Constant), Harga, Pendidikan, Jumlahtanggungan, Pendapatan				

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Pengujian Hipotesis

2. Pengujian Secara Serempak (Uji F)

Untuk memebuktikan hipotesis dilakukan uji F yaitu membandingkan sig F dengan α (0,005). Untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan mengenai pengaruh pendapatan (X1), pendidikan (X2), jumlah tanggungan (X3), dan harga gula merah (X4) terhadap permintaan gula merah di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai secara serempak, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 14. Hasil Uji F Serempak

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	of Df	Mean Square	F Sig.
1	Regression	380,764	4	95,191	33,407 ,000 ^b
	Residual	71,236	25	2,849	
	Total	452,000	29		

a. Dependent Variable: Permintaan

b. Predictors: (Constant), Harga, Pendidikan, Jumlahtanggungan, Pendapatan

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel anova diatas, hasil pengujian Uji F secara serempak diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Dengan pengambilan keputusan apabila signifikansi $< \alpha$ (0,005, maka H_0 ditolak dan jika signifikansi $> \alpha$ (0,005) maka H_0 diterima . Dari uji F dpat dilihat bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, bahwa variabel bebas Pendapatan (X1), Pendidikan (X2), dan Jumlah Tanggungan (X3), dan Harga Gula Merah (X4) secara serempak berpengaruh nyata dan signifikansi terhadap variabel terikat yaitu permintaan gula merah (Y) di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengolah data pada penelitian ini yaitu analisis regresi dengan menggunakan program SPSS 21, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 15. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized t Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,962	6,064		1,973	,060
Pendapatan	4,091	,000	,771	8,252	,000
Pendidikan	-,149	,146	-,081	-1,014	,320
Jumlah tanggungan	,361	,478	,067	,755	,457
Harga	-,001	,000	-,273	-2,909	,007

a. Dependent Variable: Permintaan

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari Tabel 15 dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 11,962 + 4,091 X_1 - 0,149 X_2 + 0,361 X_3 - 0,001 X_4$$

Dimana :

- Nilai konstanta (a) adalah 11,962 yang artinya jika pendapatan (x₁), pendidikan (x₂), jumlah tanggungan (x₃), dan harga (x₄), nilainya adalah 0, maka permintaan gula merah nilainya positif yaitu 11,962.
- Nilai koefisien regresi variabel pendapatan (b₁) bernilai positif yaitu 4,091 artinya bahwa setiap peningkatan pendapatan sebesar satu satuan, maka permintaan konsumen terhadap gula merah juga akan meningkat sebesar 4,091.
- Nilai koefisien regresi variabel pendidikan (b₂) bernilai negatif , yaitu 0,149 yang artinya jika variabel pendidikan ditingkatkan satu satuan maka permintaan konsumen terhadap gula merah akan mengalami penurunan sebesar 0,149.

d.) Nilai koefisien regresi variabel jumlah tanggungan (b_3) bernilai positif yaitu 0,361, artinya jika variabel jumlah tanggungan ditingkatkan satu satuan, maka permintaan konsumen gula merah juga akan meningkat sebesar 0,361.

e) Nilai koefisien regresi variabel harga gula merah (b_4) bernilai negatif yaitu

0,001 yang artinya bahwa setiap peningkatan harga gula merah sebesar satu satuan maka permintaan konsumen gula merah akan mengalami penurunan sebesar 0,001.

4. Pengujian Secara Parsial (Uji T)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk membuktikan dan melihat apakah secara parsial faktor pendapatan (X_1), Pendidikan (X_2), jumlah tanggungan (X_3), dan harga gula merah (X_4) berpengaruh signifikansi terhadap permintaan gula merah (Y) di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai maka perlu dilakukan uji t untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis pada tabel regresi di atas dengan melihat nilai signifikansi dari t tabel:

1. Pengaruh Pendapatan (X_1) Terhadap Permintaan Gula Merah (Y)

Dari hasil uji parsial, nilai sig sebesar 0.000, dengan kriteria apabila $\text{sig} < \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05), maka H_a diterima. Dari uji parsial ini dapat dilihat bahwa nilai sig $0,000 < 0,005$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. H_a ini sejalan dengan uji t dengan nilai $T_{\text{hitung}} (8,252) > T_{\text{tabel}} (1,6702)$ artinya maka H_a diterima dan H_0 ditolak, Artinya bahwa Pendapatan (X_1) secara parsial berpengaruh bila dilihat dari signifikansi dan berpengaruh bila dilihat dari T_{tabel} terhadap Permintaan Gula Merah (Y) di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang bedagai. Hal ini berhubungan dengan teori faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu faktor pendapatan yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi akan suatu produk. Ketika pendapatan meningkat maka jumlah konsumsi akan suatu produk juga meningkat seiring peningkatan pendapatan konsumen dan ketika pendapatan menurun, maka permintaan juga ikut menurun sehingga hal ini juga berlaku untuk produk gula merah di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Langkat.

2. Pengaruh pendidikan (X_2) Terhadap Permintaan Gula Merah (Y)

Dari hasil uji parsial, pendidikan (X_2), memiliki nilai sig sebesar 0,320, dengan kriteria apabila $\text{sig} < \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima. Hasil uji parsial nilai sig pendidikan (X_2) $0,320 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Kemudian dilihat dari T_{tabel} dimana $T_{\text{hitung}} = (-1,014)$ dan $T_{\text{tabel}} = (1,6702)$ sehingga $T_{\text{hitung}} (-1,014) < T_{\text{tabel}} (1,6702)$ maka artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya pendidikan (X_2)

secara parsial tidak berpengaruh secara signifikansi dan secara Ttabel, terhadap permintan gula merah (Y) di Desa melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Hasil penelitian ini mendukung pernyataan dari responden, bahwa dalam membeli gula merah tidak berdasarkan pendidikan tetapi bisa disebabkan oleh keinginan, minat, ataupun kebiasaan dan pengalaman.

3. Pengaruh Jumlah Tanggungan (X3) terhadap Permintaan Gula Merah (Y)

Dari hasil uji parsial jumlah tanggungan (X3) memiliki nilai sig sebesar 0,457 dengan kriteria apabila $\text{sig} < \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima. Hasil uji parsial nilai sig jumlah tanggungan (X3) 0,457 > 0,05 sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Kemudian dapat juga dilihat dari Ttabel dimana $T_{hitung} = (0,755)$ dan $T_{tabel} = (1,6702)$ sehingga $T_{hitung} (0,755) < T_{tabel} = (1,6702)$ Artinya, jumlah tanggungan (X3) secara parsial tidak berpengaruh Secara signifikansi dan secara Ttabel terhadap permintaan gula merah (Y) di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Hal ini sependapat dengan pernyataan konsumen bahwa jumlah tanggungan tidak mempengaruhi permintaan terhadap gula merah meningkat.

4. Pengaruh Harga Gula Merah (X4) Terhadap Permintaan Gula Merah (Y)

Dari hasil uji parsial harga gula merah (X4) memiliki nilai sig sebesar 0,007, dengan kriteria apabila $\text{sig} < \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima. Hasil uji parsial nilai sig harga gula merah (X4) 0,007 < 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian dilihat dari Ttabel dimana $T_{hitung} = (-2,909)$ dan $T_{tabel} = (1,6702)$ sehingga $T_{hitung} = (-2,909) < T_{tabel} = (1,6702)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, harga gula merah (X4) secara parsial berpengaruh bila dilihat dari signifikansi, oleh karena itu secara signifikansi harga mempengaruhi terhadap permintaan gula merah (Y) di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. Hal ini sesuai dengan asumsi ceteris paribus, bila harga naik maka permintaan turun dan sebaliknya bila harga turun permintaan gula merah akan meningkat. Dengan demikian perubahan harga terhadap permintaan mempunyai arah yang negatif.

Prilaku Konsumen Terhadap Permintaan Gula Merah

Perilaku konsumen tidak dapat langsung dikendalikan oleh suatu usaha industri, karena itu perlu dicari informasi semaksimal mungkin. Banyak pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan para ahli, salah satunya menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahuluinya dan menyusul tindakan tersebut.

Indikator-indikator dari parameter perilaku konsumen terhadap permintaan gula merah di Desa Melati antara lain :

a. Warna

Dari parameter memiliki tiga jenis warna gula merah yaitu merah, hitam, kuning. Perilaku konsumen terhadap indikator warna gula merah menunjukkan bahwa konsumen membeli gula merah didasari oleh warna gula merah.

Tabel 17. Perilaku Konsumen Berdasarkan Atribut Warna Gula Merah

Warna	Jumlah (Orang)	konsumen	Persentase %
Merah	4		13 %
Hitam	24		80 %
Kuning	2		7 %
Total	30		100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen yang memiliki jenis gula merah dengan atribut warna merah sebanyak 9 orang (30%), kemudian yang memilih atribut warna hitam sebanyak 24 orang (80%), konsumen yang memilih atribut warna kuning sebanyak 2 orang (7%). Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa konsumen yang paling banyak memilih warna gula merah dengan atribut warna hitam sebanyak 24 orang (80%) dan yang paling sedikit yaitu warna kuning 2 (7%) . Alasan konsumen gula merah lebih memilih atribur warna hitam yaitu karena warnanya terlihat lebih cantik dan meyakinkan, artinya gula merah yang baik biasanya yang berwarna hitam dan apabila bila di masak lebih memiliki warna yang cantik dan lebih manis pastinya, apalagi jika ingin diolah menjadi olahan makanan misalnya seperti kolak, bubur, es campur dan lain masak-masakan lain sebagainya sesuai selera dan hasil makananya juga lebih enak, warna olahannya cantik dan manisnya lebih terasa. Sedangkan gula merah berwarna merah dan kuning menurut konsumen warna gula merahnya kurang menarik apalagi untuk olahan makanan maka hasilnya kurang maksimal dibanding dengan gula merah yang berwarna hitam.

b. Daya Tahan

Dari parameter daya tahan gula merah memiliki ketahanan yaitu satu bulan Perilaku konsmen terhadap indikator daya tahan gula merah menunjukkan bahwa konsumen membeli gula merah didasari oleh daya tahan gula merah.

Tabel 18. Perilaku Konsumen Berdasarkan Atribut Daya Tahan Gula Merah

Jenis Gula merah	Daya Tahan (1Bulan)		Total
	Ya	Tidak	
Merah	2	1	3
Hitam	20	5	25
Kuning	2		2

Jumlah Konsumen (Orang)	24	6	30
Persentase %	80	20	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat 24 konsumen (80%) yang membeli gula merah berdasarkan atribut daya tahan dan 6 konsumen (20%) yang membeli gula merah tidak berdasarkan atribut daya tahan. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa lebih banyak yang membeli gula merah berdasarkan atribut daya tahan sebanyak 24 orang (80%). Alasan konsumen membeli gula merah berdasarkan daya tahannya karena apabila gula merah yang diproses dengan cara yang kualitas baik maka gula yang dihasilkan juga baik dan cara memasaknya dengan benar maka akan menghasilkan ketahanan sampai satu bulan, tetapi jika dalam memasaknya kurang baik dan rasanya kurang kualitasnya maka gula merah yang dihasilkan juga akan kurang baik ketahannya. Sedangkan sebagian konsumen yang membeli gula merah tidak berdasarkan daya tahan gula merah karena selama mereka membeli gula merah belum pernah mengalami gula merah yang mereka beli tidak sampai 1 bulan karena memang gula merah ini biasanya cepat digunakan apabila kebutuhan olahan makannya memang menggunakan gula merah.

c. Rasa

Dari parameter gula merah memiliki rasa tiga jenis yaitu sangat manis, cukup manis, dan manis. Perilaku konsumen terhadap indikator rasa gula merah menunjukkan bahwa konsumen gula merah didasari oleh rasa gula merah.

Tabel 19. Perilaku Konsumen Terhadap Atribut Rasa Gula Merah

Rasa	Jumlah Konsumen (orang)	Persentase %
Sangat manis	20	67 %
Manis	6	20 %
Cukup manis	4	13 %
Total	30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen yang membeli gula merah berdasarkan atribut rasa sangat manis sebanyak 20 orang (67%), manis sebanyak 6 orang (20%), dan cukup manis sebanyak 4 orang (13%) . Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa konsumen gula merah paling banyak memilih gula merah atribut rasa sangat manis 20 orang (67%) dan paling sedikit rasa cukup manis yaitu 4 orang (13%). Alasan konsumen lebih memilih gula merah yang memiliki rasa sangat manis karena sangat cocok untuk dijadikan olahan makanan dan lebih baik hasil olahannya dan lebih kental gulanya oleh karena itu konsumen gula merah lebih memilih rasa yang sangat manis, kemudian gula

merah yang sangat manis juga lebih baik kualitasnya misalnya tidak cepat mencair, dan pastinya lebih baik, sedangkan untuk rasa manis dan cukup manis konsumen gula merah kurang memilihnya karena apabila gula merah yang memiliki rasa yang manis dan cukup manis maka hasil olahan makannya kurang enak dan kurang diminati, oleh karena itu lebih banyak yang gula merah rasa sangat manis.

d. Tekstur

Dari parameter gula merah ada dua jenis tekstur gula merah yaitu sangat Kasar, Lembut. Perilaku konsumen terhadap indikator tekstur gula merah menunjukkan bahwa konsumen gula merah didasari oleh tekstur gula merah.

Tabel 20. Perilaku Konsumen Gula Merah Atribut Tekstur

Tekstur	Jumlah konsumen (oran)	Persentase %
Kasar	9	30 %
Lembut	21	70%
Total	30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen gula merah berdasarkan atribut tekstur kasar sebanyak 9 orang (30%), tekstur gula merah lembut sebanyak 21 orang (70%). Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa konsumen gula merah paling banyak memilih tekstur gula merah lembut sebanyak 21 orang (70%) dan yang paling sedikit yaitu tekstur kasar sebanyak 9 orang (30%). Alasan konsumen lebih banyak memilih gula merah tekstur lembut dikarenakan menurut konsumen gula merah yang halus dijamin lebih baik kualitasnya karena mudah diolah dan mudah dalam peleburannya atau pencairannya dan pasti lebih manis rasanya selain itu juga lebih mudah diolah dalam bentuk makanan dan bagus untuk olahan makan lainnya yang menggunakan gula merah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Secara serempak, nilai permintaan gula merah di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang bedagai dipengaruhi oleh pendapatan (X1), pendidikan (X2), jumlah tanggungan (X3), dan harga (X4) secara serempak variabel pendapatan (X1) dan variabel harga (X4) berpengaruh secara signifikansi dengan tingkat kepercayaan 84,2 % terhadap permintaan gula merah di Desa Melati Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Berdasarkan dari indikator atribut warna, daya tahan, rasa, dan tekstur terhadap perilaku konsumen gula merah di Desa Melatu Kecamatan Perbaungan Kabupaten Langkat maka dapat disimpulkan bahwa dari atribut warna dan tekstur yang paling dominan dalam dijadikan perilaku konsumen gula merah dengan banyaknya persentase dari warna sebanyak 80% dan rasa 67% karena memang konsumen dalam membeli gula merah kebanyakan melihat dari warna dan rasanya.

Saran

1. Kepada konsumen diharapkan agar dapat mempertahankan pertimbangan keputusan yang sudah ada dalam melakukan pembelian gula merah di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai
2. Kepada pelaku usaha gula merah diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan kualitas atribut gula merah yang sudah ada dan memperhatikan perilaku konsumen dalam membeli gula merah, sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli gula merah di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai.

3. Untuk pemerintah diharapkan lebih memperhatikan lagi usaha yang sudah ada di Desa Melati Kecamatan Perbaungan agar supaya ditingkatkan lagi produk-produk rumahan yang sudah ada agar menjadi unggulan di Desa Melati Kecamatan Perbaungan Kabupaten Langkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayernor, G.K.S. dan J.S Matthews, 1971. The sap of the palm *Elaeis guineensis*, Jacq. As raw material for alcoholic fermentation in ghana. Trop. Sci., XIII(1) : 71
- Firda, N. 2014. Penentuan Kawasan Agroindustri Berbasis Komoditas Unggulan Sektor Pertanian di Kabupaten Probolinggo (Skripsi). Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Institut Teknologi Sepuluh Nopeember (ITS).
- Isroi, 2006. Pengomposan Limbah Padat Organik. Balai Penelitian Bioteknologi Perkebunan Indonesia. Bogor.
- Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1, edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Noevri, 2018. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shoooping Di Kota Makasar (Skripsi). Jurusan Managemen. FEBI UIN Alauddin Makasar.
- Rizal, 2015. Survey Mutu Dan Keamanan Gula Merah Di Pasar Kota Bandar Lampung (Skripsi). Jurusan Tekhnologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
- Samosir, H. V. 2008. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Telur Ayam Kampung di Kota Medan (Skripsi). Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Sangadji, E. M dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Edisi 1. C.V Andi Offset. Yogyakarta.
- Sukirno, S. 2013. Mikroekonomi Teori Pengantar. Edisi 3. PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Sunyoto, D. 2012. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan 1. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Suwandi, T. 1993. Skrining Mikroorganisme Penghasil Antibiotik. Pusat Penelitian Dan Pengembangan PT Kalbe Farma. Jakarta.
- Sunarko. 2009. Budidaya dan Pengelolaan Kebun Kelapa Sawit dengan Sistem Kemitraan. Cetakan Pertama. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Sulaiman, W. 2004. Analisis Regresi Menggunakan SPSS. Edisi 1. Andi Offset. Yogyakarta.
- Lubis, A. U., P. Guritno, dan Damoko. 1994. Prospek Industri dengan Bahan Baku Limbah Padat Kelapa Sawit di Indonesia. Berita PPKS 2.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden

Sumber : Data Primer Diolah 2019

No	Pendapatan (Rp/Bulan)	Pendidikan (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Harga (Rp/kg)	Permintaan (Kg/Bulan)
1	2.500.000	9	3	16.000	3
2	3.000.000	9	3	13.000	8
3	2.500.000	12	2	15.000	2
4	1.500.000	6	3	16.000	1
5	2.000.000	9	2	14.000	2
6	1.500.000	12	3	14.000	1
7	2.500.000	9	2	14.000	5
8	2.000.000	12	2	13.000	5
9	2.000.000	9	3	13.000	6
10	3.500.000	6	2	13.000	10
11	900.000	9	4	15.000	1
12	3.500.000	9	2	13.000	16
13	1.500.000	12	4	16.000	1
14	1.500.000	12	3	14.000	3
15	2.000.000	9	3	14.000	4
16	2.500.000	12	3	15.000	3
17	3.000.000	9	4	13.000	9
18	2.100.000	6	2	13.000	4
19	2.500.000	9	2	14.000	5
20	2.800.000	12	2	13.000	6
21	3.000.000	9	3	13.000	9
22	2.300.000	9	1	13.000	7
23	4.000.000	9	2	14.000	14
24	2.500.000	12	2	14.000	7
25	3.000.000	6	3	14.000	8
26	2.000.000	9	3	14.000	3
27	2.700.000	12	2	14.000	6
28	3.800.000	12	2	13.000	12
29	3.500.000	12	3	13.000	11
30	2.500.000	6	2	14.000	8
Total	74.600.000	288	77	4.17.000	180
Rata- Rata	249	9,6	2,56	13.900	6

Lampiran 2. Permintaan Gula Merah Terhadap Pendapatan

No	Nama Sampel) (Orang	Permintaan (Kg/Bulan)	Pendapatan (Rp/Bulan)
1	Siska	3	2.500.000
2	Poniem	8	3.000.000
3	Jaka	2	2.500.000
4	Darma	1	1.500.000
5	Santi	2	2.000.000
6	Jumiati	1	1.500.000
7	Sari	5	2.500.000
8	Ilham	5	2.000.000
9	Rizal	6	2.000.000
10	Rani	10	3.500.000
11	Mila	1	900.000
12	Fatimah	16	3.500.000
13	Herman	1	1.500.000
14	Ngatimin	3	1.500.000
15	Gina	4	2.000.000
16	Ida	3	2.500.000
17	Ita	9	3.000.000
18	Nur	4	2.100.000
19	Yati	5	2.500.000
20	Lina	6	2.800.000
21	Tini	9	3.000.000
22	Yani	7	2.300.000
23	Wiwin	14	4.000.000
24	Ana	7	2.500.000
25	Zaenap	8	3.000.000
26	Yanti	3	2.000.000
27	Ros	6	2.700.000
28	Rosidah	12	3.800.000
29	Yuli	11	3.500.000
30	Lia	8	2.500.000
Total		180	74.600.00
Rata-rata		6	249

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Lampiran 3. Permintaan Terhadap Pendidikan

No	Nama Sampel (Orang)	Permintaan (kg/bulan)	Pendidikan (Tahun)
1	Siska	3	9
2	Poniem	8	9
3	Jaka	2	12
4	Darma	1	6
5	Santi	2	9
6	Jumiati	1	12
7	Sari	5	9
8	Ilham	5	12
9	Rizal	6	9
10	Rani	10	6
11	Mila	1	9
12	Fatimah	16	9
13	Herman	1	12
14	Ngatimin	3	12
15	Gina	4	9
16	Ida	3	12
17	Ita	9	9
18	Nur	4	6
19	Yati	5	9
20	Lina	6	12
21	Tini	9	9
22	Yani	7	9
23	Wiwin	14	9
24	Ana	7	12
25	Zaenap	8	6
26	Yanti	3	9
27	Ros	6	12
28	Rosidah	12	12
29	Yuli	11	12
30	Lia	8	6
Total		180	288
Rata-rata		6	9,6

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Lampiran 4. Permintaan Gula Merah Terhadap Jumlah Tanggungan

No	Nama Responden (Orang)	Permintaan (Kg/bulan)	Jumlah Tanggungan (Orang)
1	Siska	3	3
2	Poniem	8	3
3	Jaka	2	2
4	Darma	1	3
5	Santi	2	2
6	Jumiati	1	3
7	Sari	5	2
8	Ilham	5	2
9	Rizal	6	3
10	Rani	10	2
11	Mila	1	4
12	Fatimah	16	2
13	Herman	1	4
14	Ngatimin	3	3
15	Gina	4	3
16	Ida	3	3
17	Ita	9	4
18	Nur	4	2
19	Yati	5	2
20	Lina	6	2
21	Tini	9	3
22	Yani	7	1
23	Wiwin	14	2
24	Ana	7	2
25	Zaenap	8	3
26	Yanti	3	3
27	Ros	6	2
28	Rosidah	12	2
29	Yuli	11	3
30	Lia	8	2
Total		180	77
Rata-rata		6	2,56

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Lampiran 5. Permintaan Gula merah Terhadap Harga Gula merah

No	Nama Responden (Orang)	Permintaan (Kg/Bulan)	Harga (Rp/Kg)
1	Siska	3	16.000
2	Poniem	8	13.000
3	Jaka	2	15.000
4	Darma	1	16.000
5	Santi	2	14.000
6	Jumiati	1	14.000
7	Sari	5	14.000
8	Ilham	5	13.000
9	Rizal	6	13.000
10	Rani	10	13.000
11	Mila	1	15.000
12	Fatimah	16	13.000
13	Herman	1	16.000
14	Ngatimin	3	14.000
15	Gina	4	14.000
16	Ida	3	15.000
17	Ita	9	13.000
18	Nur	4	13.000
19	Yati	5	14.000
20	Lina	6	13.000
21	Tini	9	13.000
22	Yani	7	13.000
23	Wiwin	14	14.000
24	Ana	7	14.000
25	Zaenap	8	14.000
26	Yanti	3	14.000
27	Ros	6	14.000
28	Rosidah	12	13.000
29	Yuli	11	13.000
30	Lia	8	14.000
Total		180	4.17.000
Rata-rata		6	13.900

Lampiran 6. Hasil Output Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga, Pendidikan, Jumlahtanggungan, Pendapatan ^b		. Enter

a. Dependent Variable: Permintaan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,918 ^a	,842	,817	1,688

a. Predictors: (Constant), Harga, Pendidikan, Jumlahtanggungan, Pendapatan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	380,764	4	95,191	33,407	,000 ^b
1	Residual	71,236	25	2,849		
	Total	452,000	29			

a. Dependent Variable: Permintaan

b. Predictors: (Constant), Harga, Pendidikan, Jumlah tanggungan, Pendapatan

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11,962	6,064	1,973	,060	
	Pendapatan	4,091E-006	,000	,771	8,252	,000
	Pendidikan	-,149	,146	-,081	-1,014	,320
	Jumlahtanggungan	,361	,478	,067	,755	,457
	Harga	-,001	,000	-,273	-2,909	,007

a. Dependent Variable: Permintaan

Lampiran 7.KuesionerPenelitian

KUESIONER PENELITIAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
GULA MERAH NIRA KELAPA SAWIT
DI DESA MELATI KECAMATAN PERBAUNGAN KABUPATEN
SERDANG BEDAGAI**

KepadaYth :

Bapak/Ibu/saudara/i

Di

Tempat

Assalamu'alaikumwarahmatullahiwabarakatuh

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mhd. Rendra Prianda Nasution

NPM : 1504300032

Jurusan : Agribisnis/Fakultas Pertanian

Bersamaan surat ini saya memohon maaf karena telah mengganggu kesibukan bapak/saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban dari kuesioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi.

Demikian surat ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerja sama dari bapak/ibu/saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumwarahmatullahiwabarakatuh.

Kuesioner Penelitian

A. Karakteristik Responden

Nama :
Alamat :
Usia :
Jenis Kelamin :
Pekerjaan :
Pendidikan : (Tahun)
Pendapatan : (Bulan)
Jumlah Tanggungan : (Orang)
Lama Usaha : (Tahun)
Jumlah Pembelian : (Bulan)

B. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan tersebut saya berharap kesediaan bapak/ibu untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan ini.
2. Jawablah pertanyaan ini ditempat yang telah disediakan.
3. Beri tanda silang (X) dengan jawaban yang anda pilih.
4. Terima kasih banyak untuk waktu yang telah bapak/ibu berikan sehingga informasi yang bapak/ibu berikan dapat berguna dalam penelitian saya ini.

Pertanyaan :

A. Pendapatan

1. Menurut Bapak/ Ibu, besar/kecilnya jumlah pembelian gula merah nira kelapa sawit apakah berdasarkan besar/kecilnya pendapatan?

a. Ya

b. Tidak

Alasan :

.....

2. Berapa banyak jumlah pembelian yang Bapak/Ibu lakukan ketika pendapatan naik?

Jawab :

3. Berapa banyak jumlah pembelian yang Bapak/Ibu lakukan ketika pendapatan turun?

Jawab :

B. Pendidikan

1. Dari mana Bapak/Ibu mengetahui bahwa produksi gula merah nira kelapa sawit ada di Desa Melati?

Jawab :

2. Menurut Bapak/Ibu, besar/kecilnya jumlah pembelian gula merah nira kelapa sawit apakah dipengaruhi oleh pendidikan?

a. Ya

b. Tidak

Alasan :

.....

C. Jumlah Tanggungan

1. Apakah besar/kecilnya pembelian gula merah nira kelapa sawit yang Bapak/Ibu lakukan berdasarkan jumlah tanggungan?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan :

.....

D. Harga

1. Bagaimana Bapak/Ibu melakukan pembedaan harga gula merah nira kelapa sawit pada masing-masing warna?

a. Merah :

.....

b. Hitam :

.....

c. Kuning :

.....

2. Apakah jumlah pembelian gula merah nira kelapa sawit yang Bapak/Ibu lakukan dipengaruhi oleh harga gula merah nira kelapa sawit?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan :

.....

3. Berapa jumlah pembelian gula merah nira kelapa sawit yang Bapak/Ibu lakukan ketika harga naik?

Jawab :

4. Berapa jumlah pembelian gula merah nira kelapa sawit yang Bapak/Ibu lakukan ketika harga turun?

Jawab :

E. Perilaku Konsumen

1. Gula merah nira kelapa sawit warna apa yang Bapak/Ibu sukai ?

- a. Gula merah nira kelapa sawit warna merah
- b. Gula merah nira kelapa sawit warna hitam
- c. Gula merah nira kelapa sawit warna kuning
- d. Semua

Alasan :

.....

2. Dari warna gula merah nira kelapa sawit yang disukai apakah mempengaruhi jumlah pembelian Bapak/Ibu?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan :

.....

3. Apakah daya tahan gula merah nira kelapa sawit mempengaruhi jumlah pembelian Bapak/Ibu?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan :

.....

4. Apakah bentuk gula merah nira kelapa sawit mempengaruhi jumlah pembelian Bapak/Ibu?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan:

.....

5. Apakah kemasan gula merah nira kelapa sawit mempengaruhi jumlah pembelian Bapak/Ibu?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasan :

.....

6. Seberapa sering Bapak/Ibu membeli gula merah nira kelapa sawit?

- a. Perhari
- b. Perminggu
- c. Perbulan

Alasan :

.....

7. Berapa banyak jumlah pembeli anggur merah nirakelapasawit yang

Bapak/Ibu lakukan?

Jawab :