

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP  
PERMINTAAN MANGGA ALPUKAT( *Mangifera indica L.* ) DI  
PASAR SEI SIKAMBING DAN PASAR BUAH TEMPULING**

**SKRIPSI**

Oleh :

**APRILDA DIRJA NASUTION**

**1504300099**

**Agribisnis**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSIAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2022**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP  
PERMINTAAN MANGGA ALPUKAT ( *Mangifera Indica L.* ) DI  
PASAR SEI SIKAMBING DAN PASAR BUAH TEMPULING**

**SKRIPSI**

Oleh :

**APRILDA DIRJA NASUTION**

**1504300099**

**Agribisnis**

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

**Komisi Pembimbing**

  
**Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S.**

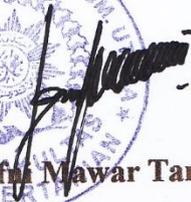
**Ketua**

  
**Mailina Harahap, S.P., M.Si.**

**Anggota**

**Disahkan Oleh:**

**Dekan**

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

Tanggal Lulus: 12-08-2022

## PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Aprilda Dirja Nasution

NPM : 1504300099

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Permintaan Buah Mangga Alpukat (*Mangifera indica L*) Di Pasar Sei Kambing dan Pasar Buah Tempuling, Medan Sumatera Utara 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 di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 13 Agustus 2022

Yang menyatakan



Aprilda Dirja Nasution

## RINGKASAN

**APRILDA DIRJA NASUTION (1504300099)** dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Permintaan Mangga Alpukat (*Mangifera indica L*) Di Pasar Sei Sikambang dan Pasar Buah Tempuling”. Penelitian ini dibimbing oleh **Bapak Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S.** dan **Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si.**

Buah-buahan merupakan bagian penting dari pola makan yang sehat dan gaya hidup yang berubah-ubah. Seiring perkembangan zaman yang semakin mengalami perubahan membuat konsumen ingin yang instan atau lebih mudah dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa, seperti buah mangga alpukat yang ada pada Pasar Sei Sikambang dan Pasar Buah Tempuling.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan, pendidikan, harga terhadap permintaan buah mangga alpukat di Pasar Sei Sikambang dan Pasar Buah Tempuling, dan (2) untuk mengetahui atribut dari buah mangga alpukat menurut preferensi konsumen di Pasar Sei Sikambang dan Pasar Buah Tempuling. Responden yang diwawancarai sebanyak 60 orang dengan berdasarkan kuisioner. Metode Analisis yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Berganda untuk mengetahui Pendapatan ( $X_1$ ), Jumlah Tanggungan ( $X_2$ ), Pendidikan ( $X_3$ ), Harga ( $X_4$ ) terhadap Permintaan mangga alpukat ( $Y$ ) dan Analisis deskriptif untuk mengetahui atribut dari buah mangga alpukat menurut preferensi konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil sig  $0,000 < 0,05$  sehingga tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$ . Artinya secara simultan (serempak) jumlah permintaan buah mangga alpukat dipengaruhi oleh pendapatan, jumlah tanggungan, pendidikan, dan harga. Berdasarkan analisis deskriptif terhadap atribut mangga alpukat di Pasar Sei Sikambang dan Pasar Buah Tempuling, maka dalam membeli buah mangga alpukat konsumen akan melihat atribut berupa warna, ukuran, aroma, rasa, dan cara mengkonsumsi.

**Kata Kunci :** *Preferensi, Permintaan, Mangga Alpukat*

## RESUME

**APRILDA DIRJA NASUTION (1504300099)** with the title is "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Permintaan Mangga Alpukat (*Mangifera indica L*) di Pasar Sei Sikambing dan Pasar Buah Tempuling". This research is guided by **Mr. Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S.** and **Mrs. Mailina Harahap, S. P., M. Si.**

Fruit is part of the important things from healthy diet and changing life style. Together with era development that is be through transformation increasingly makes consumer want to get something instantly or it is easier for consuming a thing or service, such as a fruit named Mangga Alpukat in Sei Sikambing market and Tempuling market. Mangga Alpukat is fresh fruit product that consist of some available other fruits.

The purpose of the research are (1) To know the influence of income, dependent amount, education, and price toward demands of Mangga Alpukat in Sei Sikambing market and Tempuling market, and (2) To know the attribute of Mangga Alpukat according to consumer preference in Sei Sikambing market and Tempuling market. The interviewed respondent were 60 people based on quizioner. The utilized analysis method was Multiple Linear Regression for knowing Income ( $X_1$ ), Dependent Amount ( $X_2$ ), Education ( $X_3$ ), Price ( $X_4$ ) toward Demand of Mangga Alpukat (Y) and Descriptive Analysis for knowing the attribute of Mangga Alpukat according to consumer preference in Sei Sikambing market and Tempuling market.

The result of the research shows that based on analysis of multiple linear regression, was acquired result sig  $0,000 < 0,05$  to Deny Ho and Accept H1. It means that the demands amount of Mangga Alpukat was influenced by income, dependent amount, education, and price simultaneously. Based on descriptive analysis toward the attribute of Mangga Alpukat in Sei Sikambing market and Tempuling market. Therefore for buying Mangga Alpukat, consumer would look at the attribute, such as color, size, flavor, taste, and how to consume it.

**Keywords** : *Preference, Demand, Mangga Alpukat*

## **RIWAYAT HIDUP**

APRILDA DIRJA NASUTION , lahir di Tanjungbalai 11 April 1997 dari pasangan Bapak Jamaludin Nasution dan Ibu Irnawati, penulis merupakan anak kedua dari lima bersaudara.

1. Tahun 2009, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 132413 Tanjungbalai.
2. Tahun 2012, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 4 Tanjungbalai.
3. Tahun 2015, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 3 Tanjungbalai.
4. Tahun 2015, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis.
5. Tahun 2018, mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Gunung Bayu.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT dengan rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan segala kemudahan, kelancaran serta seluruh nikmat yang sangat besar dan tidak henti – hentinya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN MANGGA ALPUKAT (*Mangifera Indica L.*) DI PASAR SEI SIKAMBING DAN PASAR BUAH TEMPULING**. Dimana skripsi ini sangat dibutuhkan penulis sebagai kelengkapan memperoleh gelar sarjana pertanian pendidikan strata satu (S1) program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan berupa bimbingan dan petunjuk serta arahan yang sangat berharga dari segala pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Mailina Harahap S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis dan selaku anggota komisi pembimbing.
3. Bapak Prof, Dr. Ir. Sayed Umar, M.S. selaku Ketua komisi pembimbing atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak / Ibu Dosen serta Biro Administrasi pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Kedua orang tua Bapak Jamaluddin Nasution dan Ibunda Irnawati. Kakak Yunita Rahma Nasution, Adik Madarina Hikmah Nasution, Nazwa Sakinah Nasution, Ramadhani Syahfitri Nasution.
6. Kepada teman - teman tercinta Irma Suryani Nasution, Hikmah Rizky Annisa, Rismadilla, Gunawan, Yusdaruna, Winda, Gania Andam Suri, Rabiatal Adawiyah yang telah memberikan perhatian dan dukungannya kepada penulis selama perkuliahan.
7. Teman – teman tersayang khususnya Agribisnis 5 yang telah memberikan perhatian dan dukungannya kepada penulis selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dengan demikian penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan pada penulisan skripsi ini.

Medan, 19 Oktober 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>i</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	3
Tujuan Penelitian.....	4
Manfaat Penelitian.....	4
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
Klasifikasi dan Kegunaan Buah.....	6
Perilaku Konsumen.....	8
Preferensi Konsumen.....	8
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi.....	9
Permintaan .....	11
Penelitian Terdahulu.....	14
Kerangka Pemikiran .....	15
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
Metode Penelitian .....	17

Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	17
Metode Penarikan Sampel .....	17
Metode Pengumpulan Data .....	18
Metode Analisis Data .....	18
Definisi dan Batasan Operasional.....	23
<b>DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
Deskripsi Daerah Penelitian .....	25
Karakteristik Responden Pasar Sei Sikambang .....	25
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin (Sei Sikambang) .....	25
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin (Tempuling) .....	25
Karakteristik Berdasarkan Pendapatan (Sei Sikambang).....	26
Karakteristik Berdasarkan Pendapatan(Tempuling).....	26
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan (Sei Sikambang) .....	27
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan(Tempuling) .....	27
Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tanggungan (Sei Sikambang).....	28
Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tanggungan (Tempuling).....	28
Pengeluaran Pasar Sei Sikambang .....	29
Pengeluaran Pasar Tempuling .....	29
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kandungan Mangga Alpukat .....	6
2.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	25
3.	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....	26
4.	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	26
5.	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tanggungan .....	27
6.	Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Sei Sikambing .....	27
7.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
8.	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....	29
9.	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	29
10.	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tanggungan .....	29
11.	Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Tempuling .....	30
12.	Hasil Uji Validitas Sei Sikambing .....	31
13.	Hasil Uji Reliabilitas.....	32
14.	Hasil Uji Multikolinieritas .....	33
15.	Hasil Uji Glejser .....	34
16.	Hasil Uji Serempak .....	36
17.	Rekapulasi Responden .....	39
18.	Hasil Uji Validitas Tempuling.....	41
19.	Hasil Uji Reliabilitas.....	42
20.	Hasil Uji Multikolinieritas .....	43
21.	Hasil Uji Glejser .....	43
22.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	46

23. Rekapitulasi Jawaban Responden ..... 49

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kurva Permintaan .....	12
2.	Skema Kerangka Pemikiran.....	16
3.	Grafik Normal Probability Plot Sei Sikambing .....	34
4.	Grafik Normak Probability Plot Tempuling .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Karakteristik Responden Sei Sikambang .....	55
2.	Karakteristik Responden Tempuling .....	56
3.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Warna.....	57
4.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Ukuran .....	58
5.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Aroma .....	59
6.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Rasa.....	60
7.	Jawaban Responden Terhadap Cara Konsumsi I.....	61
8.	Jawaban Responden Terhadap Cara Konsumsi II .....	62
9.	Jawaban Responden Terhadap Cara Konsumsi III .....	63
10.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Warna.....	64
11.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Ukuran .....	65
12.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Aroma .....	66
13.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Rasa.....	67
14.	Jawaban Responden Terhadap Cara Konsumsi I .....	68
15.	Jawaban Responden Terhadap Cara Konsumsi II .....	69
16.	Jawaban Responden Terhadap Cara Konsumsi III .....	70
17.	Uji Validitas Sei Sikambang.....	71
18.	Uji Reliabilitas .....	72
19.	Uji Multikolinieritas.....	73
20.	Uji Heteroskedastisitas.....	73
21.	Uji Normalitas .....	74
22.	Hasil Regresi Linier Berganda.....	75

23. Uji Validitas Tempuling .....	76
24. Uji Reliabilitas .....	77
25. Uji Multikolinieritas.....	78
26. Uji Heteroskedassitas .....	78
27. Uji Normalitas.....	79
28. Hasil Regresi Berganda.....	80

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Jumlah penduduk Indonesia yang cukup banyak merupakan pasar yang sangat potensial untuk berbagai jenis kelompok barang makanan, yang secara tidak langsung berdampak pada peningkatan permintaan pasar akan buah-buahan untuk dikonsumsi. Kecenderungan konsumen dalam memilih buah bermutu dan aman untuk dikonsumsi sudah semakin tinggi. Hal ini sangat didukung oleh semakin tingginya keinginan konsumen untuk mengonsumsi buah segar (Sjaifullah, 1996). Seiring dengan bertambahnya ilmu pengetahuan pertanian, konsumsi masyarakat terhadap buah-buahan cenderung mengalami peningkatan termasuk salah satunya pada buah mangga alpukat yang sedang tren di kalangan buah-buahan.

Mangga alpukat (*Mangifera Indica L*) adalah sebutan untuk mangga yang bisa dimakan menggunakan sendok yang buahnya bisa dibelah tengah seperti halnya cara memakan alpukat. Mangga alpukat sebenarnya adalah mangga harum manis yang masak atau matang di pohon. Mangga ini adalah hasil perkawinan antara mangga madu dengan mangga Gadung. Mangga jenis ini pertama kali dibudidayakan di Pasuruan, Jawa Timur dan sekarang mangga alpukat ini mulai dikembangkan di Rembang, Sukorejo dan Wonorejo di dataran rendah dan menengah. Mangga alpukat sangat lezat disantap dan mahal harganya dibandingkan mangga biasa. Untuk menikmati mangga ini, harus secara masak dipohon, tidak bisa di peram seperti halnya mangga biasa.

Dengan kemudahan sistem informasi masa kini, mangga alpukat yang dibudidayakan di Jawa Timur ini sudah dikenal oleh masyarakat luas dan

diperjual belikan ke luar kota Jawa Timur, salah satunya Kota Medan, yang telah melakukan transaksi perdagangan atau penjualan salah satunya mangga alpukat sudah diperjual belikan di Kota Medan dan mempengaruhi permintaan konsumen dalam membelinya.

Pasar dapat diartikan sebagai tempat dimana para produsen dan konsumen bertemu untuk melakukan transaksi penjualan dan pembelian atas suatu produk. Syarat adanya pasar adalah harus terdapat orang-orang dengan kebutuhan dan keinginan tertentu dan satu atau lebih produk yang dapat memuaskan kebutuhan (Sayed, 2004).

Permintaan konsumen adalah sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen dapat membeli produknya. Permintaan adalah kuantitas barang atau jasa yang orang bersedia untuk membeli untuk membelinya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode tertentu, orang bersedia untuk membeli untuk memberi penekanan konsumsi yang dipengaruhi oleh tingkat harga. Konsumen memiliki keinginan untuk membeli suatu barang atau jasa dan sekaligus memiliki kemampuan yaitu uang atau pendapatan (Mustafa, 2006).

Konsumsi masyarakat terhadap buah mangga yang mengalami peningkatan dan penurunan di setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan terjadinya permintaan buah mangga yang tidak stabil. Perubahan gaya hidup masyarakat telah merubah pola dan gaya konsumsi produk-produk agribisnis yang telah meluas pada dimensi psikologis dan kenikmatan.

Atribut membantu konsumen untuk membeli produk yang tepat. Pada pembelian implusif yaitu ketika seseorang bertindak berdasarkan instingnya,

konsumen melakukan pencarian informasi dan evaluasi pemilihan produk berdasarkan atribut. Atribut menjadi salah satu penentu keputusan pembelian. Preferensi konsumen terhadap suatu produk dapat di ketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk (Tri, 2017).

Preferensi konsumen terhadap buah mangga alpukat dapat di ukur dari empat aspek yaitu warna, ukuran, aroma, dan rasa. Mangga alpukat ini berbeda dengan mangga seperti biasanya karena memiliki warna yang oranye, hijau kemerahan, memiliki ukuran yang lumayan besar dari mangga biasanya, aroma lebih terasa dan rasa yang lebih manis dari mangga lainnya sehingga mangga alpukat ini menjadi tren di kalangan masyarakat untuk mengkonsumsi mangga alpukat.

Gaya hidup atau pola hidup yang berubah seiring dengan perkembangan zaman yang semakin mengalami perubahan membuat masyarakat ingin yang instan atau lebih mudah dalam mendapatkan atau mengkonsumsi barang atau jasa. Mangga alpukat ini termasuk menjadi trend di masyarakat karena cara mengkonsumsinya berbeda dengan mangga lainnya, mangga ini mudah dan praktis untuk di konsumsi dan bisa dinikmati dimana saja.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang permintaan konsumen terhadap buah mangga alpukat yang bertujuan untuk mengetahui permintaan terhadap buah mangga dan apa saja atribut yang mempengaruhi konsumen untuk membeli buah mangga alpukat ini. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti “ **Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Permintaan Buah Mangga Alpukat (*Mangifera indica* L) Di Pasar Sei Sikambing Dan Pasar Buah Tempuling**”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan, pendidikan, dan harga mangga alpukat terhadap permintaan mangga alpukat di Pasar Sei Sikambing dan Pasar Buah Tempuling?
2. Bagaimana urutan atribut dari buah mangga alpukat yang paling penting menurut preferensi konsumen di Pasar Sei Sikambing dan Pasar Buah Tempuling?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menganalisis dan Mengetahui pengaruh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan harga mangga alpukat terhadap permintaan buah mangga alpukat di Pasar Sei Sikambing dan Pasar Buah Tempuling.
2. Untuk menganalisis urutan atribut dari buah mangga alpukat yang paling penting menurut preferensi konsumen di Pasar Sei Sikambing dan Pasar Buah Tempuling.

### **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Adapun manfaat tersebut antara lain:

1. Sebagai bahan informasi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian.
2. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai langkah awal dalam penerepan ilmu pengetahuan yang telah di peroleh selama perkuliahan.

3. Sebagai bahan referensi untuk pengembangan ilmu bagi pihak-pihak yang membutuhkan.
4. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

## TINJAUAN PUSTAKA

Mangga ( *Mangifera indica* L.) merupakan salah satu buah yang sangat penting di dunia dan telah dibudidayakan oleh dari 100 negara, terutama di Asia ( Berardini *et al.* 2005 ). Diakui bahwa mangga memiliki warna yang menarik, rasa yang enak, aroma yang eksotik, kaya nutrisi, dan sebagai sumber karoten yang tinggi,serta mengandung asam askorbat dan senyawa fenolik, dan dikenal sebagai *king of the fruit* di Asia Timur ( Poth *et al.* 2003 ). Kandungan gizi dari daging buah mangga per 100 g adalah energi 272 Kj, Karbohidrat 17,00 g, gula 14,80 g, serat 1,80 g, lemak 0,27 g, protein 0,51 g, vitamin A equiv. 38 mg,  $\beta$ -kroten 445 mg, thiamin ( Vitamin B1 ) 0,058 mg, riboflavin ( Vitamin B2 ) 0,057 mg, niacin ( Vitamin B3 ) 0,584 mg, asam pantotenat ( Vitamin B5 ) 0,160 mg, Vitamin B6 0,134 mg, folat ( Vitamin B9 ) 14 mg , Vitamin C 27,70 mg, kalsium 10 mg, besi 0,13 mg, magnesium 9 mg, fosfor 11 mg, kalium 156 mg, dan seng 0,04 mg ( Anonymous 2012).

### **Klasifikasi**

Klasifikasi mangga yakni sebagai berikut

Kingdom : Plantae

Class : Mangoliopsida

Phylum : Mangoliophyta

Ordo : Sapindales

Famili : Anacardiaceae

Genus : *Mangifera*

Spesies : *Mangifera indica* L.

**Tabel 1. Kandungan Gizi Mangga**

<b>Zat Gizi</b>	<b>Jumlah Terkandung</b>
Energi	250 kJ (60 kcal)
Protein	0,82 g
Lemak	0,38 g
Karbohidrat	15 g
Kalsium	11 mg
Fosfor	14 mg
Serat	1,6 g
Besi	0,16 mg
Vit E	0,9 mg
Vit B1	0,028 mg
Vit B2	0,038 mg
Vit C	36,4 mg
Natrium	1 mg

*Sumber: Data Nutrisi USDA*

Kandungan mangga berupa zat yang berguna bagi tubuh manusia diantaranya kandungan serat kalium dan vitamin dapat mencegah penyakit jantung, menutrisi kulit rambut, mencegah serangan bakteri dan banyak lagi manfaat dari buah mangga. Serta tingginya vitamin B, vitamin C yang tinggi sehingga para ahli gizi menganjurkan masyarakat untuk mengonsumsi buah mangga secara teratur. Beberapa persoalan kesehatan seperti susah buang air besar, kolesterol yang tinggi, dan yang lainnya. Kandungan antioksidan yang sangat tinggi juga menjadi alasan tingginya konsumsi buah mangga oleh masyarakat sebagai upaya pencegahan penyakit dan difungsi kesehatan tubuh lainnya.

### **Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang dilakukan dalam memilih, menentukan, mendapatkan, menggunakan, dan menghentikan pemakaian produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan serta dampak proses-proses tersebut terhadap konsumen dan masyarakat (Hawkins, *et al*, 2001).

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan (Danang, 2015).

### **Preferensi Konsumen**

Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Seseorang selalu dapat membuat atau menyusun ranking semua situasi atau kondisi mulai yang paling disenangi hingga paling yang tidak disukai. (Munandar *et.al.*, 2012).

Preferensi memiliki tujuan yang merupakan keputusan akhir dalam proses pembelian untuk dapat dinikmati konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen. Dengan preferensi dan anggaran yang tersedia, dapat diketahui bagaimana setiap konsumen memilih berapa banyak barang yang di beli. Hal ini dapat diasumsikan bahwa konsumen dapat membuat pilihan secara rasional, mereka yang memilih barang untuk memaksimalkan kepuasan yang dapat mereka raih dengan anggaran terbatas yang mereka miliki (Pindyck dan Rubinfeld, 2012).

Menurut Nicholson (2002), hubungan preferensi diasumsikan memiliki tiga sifat dasar, tiga sifat dasar tersebut adalah:

1. Kelengkapan (completeness)

Jika A dan B merupakan dua kondisi atau situasi, maka tiap orang selalu harus bisa menspesifikasikan apakah:

1. A lebih disukai daripada B
2. B lebih disukai daripada A atau
3. A dan B sama-sama disukai.

2. Transitivitas (transitivity)

Jika seseorang mengatakan ia lebih menyukai A dari pada B, dan lebih menyukai B daripada C, maka ia harus menyukai A daripada C. Dengan demikian orang tidak bisa mengartikulasikan preferensinya yang saling bertentangan

3. Kontinuitas (continuity)

Jika seseorang menyatakan lebih menyukai A daripada B, segala kondisi di bawah A tersebut disukai daripada kondisi dibawah pilihan B.

### **Faktor yang Mempengaruhi Preferensi**

Ada 4 faktor yang mempengaruhi Preferensi terhadap barang dan jasa yaitu:

1. Faktor-faktor Kebudayaan

a) Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya di pelajari.

b) Subbudaya, setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan indentifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para

anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

c) Kelas sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama suatu masyarakat yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku serupa.

Faktor budaya kesadaran diri dan ruang, makanan dan kebiasaan makan, hubungan keluarga dan lingkungan eksternal, serta kepercayaan dan sikap (Mailina, 2021).

## 2. Faktor-faktor sosial

a) Kelompok referensi merupakan seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa di antaranya kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti: keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya disebut kelompok aspirasi.

b) Keluarga kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri. Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

c) Peran dan Status, seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat di indentifikasi dalam peran dan status.

### 3. Faktor Pribadi

a) Umur dan tahapan siklus hidup, konsumsi seseorang di bentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Orang- orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b) Pekerjaan, para pemasaaran berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata, terhadap produk dan jasa tertentu.

c) Gaya hidup merupakan pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatannya, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara

keseluruhan berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

d) Kepribadian dan konsep diri, yaitu dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang memandang responya terhadap lingkungan yang relatif konsisten,

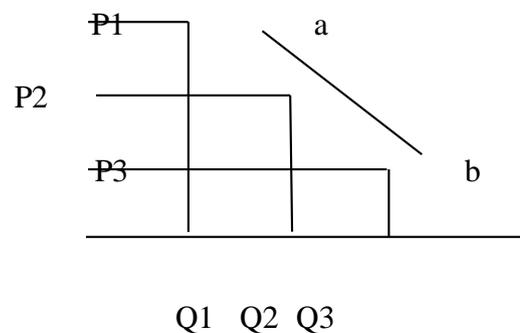
### 4. Faktor-Faktor Psikologis

a) Motivasi, beberapa kebutuhan biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti: rasa lapar, haus, resah tidak nyaman. Motivasi yaitu menggerakkan seorang konsumen tergerak membeli suatu produk karena ada sesuatu yang menggerakkan. Motif terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan maupun harapan yang tidak terpenuhi.

## Permintaan

Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Keinginan berubah menjadi permintaan jika didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk melakukan pembelian (Dr. Etta: 2018).

Menurut Nurjayanti (2011) permintaan mewakili perilaku konsumen secara umum di pasar yang mempengaruhi jumlah permintaan suatu produk oleh konsumen dan bagaimana pengaruh dari perubahan faktor-faktor tersebut terhadap permintaan. Ketika pendapatan total seseorang meningkat, dengan asumsi harga tidak berubah, maka kuantitas barang yang dibeli untuk setiap barang juga meningkat. Permintaan pasar atas suatu komoditi menunjukkan jumlah alternatif dari komoditi yang diminta per periode waktu, pada berbagai harga alternatif oleh semua individu di dalam pasar (Raysitho, 2016).



**Gambar 1. Kurva permintaan**

Ada beberapa faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan, yaitu:

1. Harga Barang atau Jasa

Harga barang atau jasa sangat mempengaruhi jumlah permintaan barang atau jasa itu sendiri, apabila harga suatu barang atau jasa naik maka permintaan

terhadap barang atau jasa tersebut akan turun. Sebaliknya, bila harga turun maka permintaan akan naik.

## 2. Pendapatan

Bila pendapatan pembeli atau konsumen meningkat maka permintaan terhadap barang atau jasa cenderung akan bertambah. Sebaliknya, bila pendapatan menurun maka permintaan terhadap barang atau jasa akan berkurang

## 3. Intensitas Kebutuhan

Intensitas kebutuhan adalah mendesak tidaknya suatu kebutuhan. Bila kebutuhan akan barang atau jasa bersifat mendesak maka permintaan akan barang atau jasa tersebut akan meningkat. Contohnya, menjelang musim hujan orang akan terdesak untuk membeli payung dan jas hujan, sehingga permintaan terhadap dua barang tersebut akan meningkat.

## 4. Selera

Bila selera konsumen pada suatu barang atau jasa sedang naik, permintaan terhadap barang atau jasa tersebut akan meningkat. Selera remaja yang tinggi pada suatu produk membuat permintaan akan produk tersebut meningkat. Demikian pula sebaliknya.

## 5. Harga Barang Substitusi

Apabila harga dari barang substitusi lebih murah maka orang akan beralih pada barang substitusi tersebut. Akan tetapi jika harga barang substitusi naik maka orang akan tetap menggunakan barang semula.

## Penelitian Terdahulu

Isni (2012), melakukan penelitian berjudul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal Dan Buah Jeruk Impor Di Kabupaten Kudus dalam kesimpulannya terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap semua atribut-atribut yang ada buah jeruk lokal dan buah jeruk impor, kecuali pada atribut warna buah jeruk impor. Buah jeruk lokal yang menjadi preferensi konsumen di Kabupaten Kudus adalah buah jeruk yang mempunyai rasa manis sedikit asam, warna buah kuning kehijauan, ukuran buah sedang (8-9 buah/kg) dan aroma buah yang segar. Atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian buah jeruk lokal maupun buah jeruk impor di Kabupaten Kudus berturut-turut adalah rasa buah, warna buah, ukuran buah, dan aroma buah.

Ester (2014), dengan judul skripsi “Analisis Conjoint Terhadap Preferensi Konsumen Pada Buah Durian Di Kota Medan”. Konsumen memiliki kecenderungan untuk memilih buah durian yang memiliki spesifikasi bobot buah 3-5 kg, bentuk buah bulat telur, warna kulit buah hijau kekuningan, warna buah kuning tembaga, tekstur daging buah pulen (lembut dan kering), cita rasa manis legit serta aroma sedang. Nilai Korelasi Pearson’s 0,000 (sign < 0,05) dan nilai Kendall’s Tau 0,000 (sign < 0,05). Interpretasinya adalah adanya hubungan yang kuat antara preferensi estimasi dan preferensi aktual, atau ada predictive accuracy yang tinggi pada proses conjoint.

Riandika (2017), dengan judul skripsi “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Apel Impor di Hypermart Sun Plaza. Model pengambilan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel aksidental (*accidental sampling*) yaitu menentukan sampel berdasarkan orang yang ditemui secara kebetulan.

Sampel yang diteliti sebanyak 30 sampel konsumen apel impor. Metode yang digunakan adalah regresi linear berganda dan deskriptif dengan alat bantu perangkat lunak SPSS.

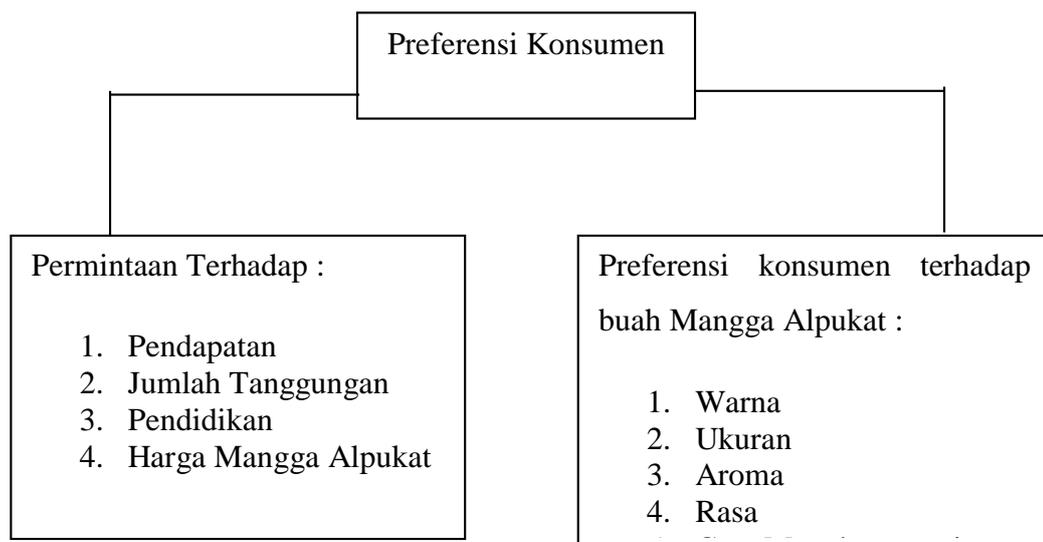
Hega (2017), Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Buah Mangga Gedong Gincu Di Pasar Tradisional Kota Cirebon, Jawa Barat. Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah mangga Gedong Gincu di pasar tradisional Kota Cirebon, yaitu meliputi perbedaan atribut rasa berupa rasa yang cukup asam, manis dan sangat manis, atribut warna kulit buah berupa rasa cukup asam, manis dan sangat manis, atribut warna kulit buah berupa kuning hijau, sebagian besar kuning, sebagian besar oranye, dan sebagian besar merah, atribut tekstur buah berupa keras, berserat banyak, berserat sedikit, dan lembut dan atribut ukuran buah berupa kecil (150-200 gr/buah), sedang (200-300 gr/buah) dan besar (300-350 gr/buah). Buah mangga Gedong Gincu yang menjadi preferensi konsumen yaitu yang memiliki rasa manis, kulit buah yang sebagian besar berwarna oranye, tekstur daging buah yang lembut serta ukuran buah yang sedang (200-300 gr/buah).

### **Kerangka Pemikiran**

Perubahan pola hidup masyarakat terhadap kepedulian keamanan pangan ditunjukkan dengan pemilihan produk yang akan dibeli. Preferensi konsumen terhadap permintaan buah mangga alpukat dipengaruhi oleh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan harga. Konsumen akan mempunyai persepsi tersendiri terhadap setiap produk karena setiap produk akan memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat dan kepuasan kebutuhan dari setiap konsumen. Dalam pembelian buah mangga alpukat atribut yang

mempengaruhi preferensi konsumen berdasarkan atribut yaitu warna, ukuran, aroma dan rasa.

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



**Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran**

### Hipotesis

1. Ada pengaruh (pendapatan, jumlah tanggungan, pendidikan, harga) terhadap permintaan buah mangga alpukat di Pasar Sei Sikambang dan Pasar Buah Tempuling.

## **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**

Penentuan daerah penelitian ditentukan secara purposive yaitu sampel ditentukan secara sengaja. Lokasi yang dipilih merupakan salah satu pasar tradisional yang pembelinya adalah konsumen akhir dan yang disesuaikan dengan tujuan penelitian yakni di pasar Sei Sikambing dan Pasar Buah Tempuling.

### **Metode Penarikan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di Pasar Tradisional Medan yaitu Pasar Sei Sikambing dan Pasar Buah Tempuling. 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 mangga alpukat. Menurut (Sugiyono, 2016)“Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500”, dengan demikian peneliti menentukan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 60 orang dengan masing- masing 30 di Pasar Sei Sikambing dan 30 di Pasar Buah Tempuling.

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan kuisisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. Adapun kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup, dimana peneliti memberikan sejumlah pertanyaan untuk diisi oleh responden mengenai apa yang dialami, dirasakan, dan dilakukannya tentang variabel-variabel penelitian yang dipersepsikan dengan memberikan pilihan jawaban. Kuisisioner dalam penelitian ini didesain dengan model skala likert dibuat dengan 5 alternatif jawaban, dengan rumusan sebagai berikut :

- 1: Tidak Setuju (TS)
- 2: Kurang Setuju (KS)
- 3: Cukup setuju (CS)
- 4: Setuju (S)
- 5: Sangat Setuju (SS)

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur dan buku-buku lainnya yang berkaitan dengan pembahasan, serta laporan tertulis dari pihak yang terkait baik data ataupun dokumen yang sesuai dengan pembahasan ini. Sumber lainnya diperoleh dari jurnal, koran, majalah maupun internet yang atau sumber lainnya yang berkaitan dengan dengan penelitian.

### **Metode Analisis Data**

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel kemudian dijelaskan secara deskriptif.

Sebelum data diuji dengan alat pengujian, diperlukan beberapa langkah pengujian data terlebih dahulu, yaitu melalui uji validitas dan uji realibilitas.

### **Uji Validitas dan Reabilitas**

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuisisioner, uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuisisioner layak digunakan sebagai instrumen penilaian atau tidak.

#### **a. Uji Validitas**

Uji ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Dalam uji ini setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dalam hal ini masing – masing item yang ada didalam variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*, digunakan untuk menentukan instrumen penelitian reliabel atau tidak.

### **Uji Asumsi Klasik**

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi untuk menguji hipotesis penelitian. Analisis regresi mengharuskan beberapa asumsi yang harus dipenuhi yaitu, sebagai berikut :

#### **a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak.

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, maka dapat dilakukan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Deteksi terhadap adanya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *tolerance* serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengujian yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai  $VIF < 10$ .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Dengan dasar analisis bahwa jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas titik, serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Setelah data diuji dan telah memenuhi syarat pengujian maka data kemudian dianalisis, Untuk menjawab permasalahan pertama yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi merupakan alat analisis yang menjelaskan tentang akibat-akibat dan besarnya akibat yang ditimbulkan oleh satu atau lebih variabel bebas (X) terhadap satu variabel terikat (Y). Metode ini digunakan untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen yaitu (pendapatan, pendidikan, harga mangga alpukat) terhadap variabel dependen (permintaan buah mangga alpukat).

Rumus yang digunakan :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e$$

Dimana :

Y = Permintaan Buah Mangga Alpukat

a = Konstanta / intercept

b = Koefisien Regresi

x<sub>1</sub> = Pendapatan (Rp/bulan)

x<sub>2</sub> = Jumlah Tanggungan (Jiwa)

x<sub>3</sub> = Pendidikan (Tahun)

x<sub>4</sub> = Harga Mangga Alpukat (Rp/Kg)

e = Error

Model regresi yang sudah memenuhi syarat asumsi klasik akan digunakan untuk menganalisis kelanjutan data melalui pengujian hipotesis sebagai berikut :

a. Uji F (Serempak)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ) secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang nyata atau tidak terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

Dengan kriteria uji sebagai berikut :

Jika  $\text{sig} > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.

Jika  $\text{sig} < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima.

b. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh masing – masing variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ) apakah nyata atau tidak.

Dengan kriteria uji sebagai berikut :

Jika  $\text{sig} > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.

Jika  $\text{sig} < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima.

### **Analisis Deskriptif**

Untuk menjawab rumusan masalah kedua yaitu menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan skala likert untuk menganalisa kriteria perilaku konsumen berdasarkan atribut – atribut pada buah mangga alpukat yaitu warna, ukuran, aroma, rasa, dan cara mengkonsumsi. Data yang merupakan identitas responden dan proses pengambilan keputusan pembelian dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipresentasikan berdasarkan jumlah responden. Presentase yang terbesar merupakan faktor yang dominan dari masing-masing variabel yang diteliti.

### **Definisi dan Batasan Operasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran, maka dibuatlah beberapa definisi dan batasan operasional sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilaksanakan di kota Medan tepatnya di Pasar Sei Sikambing dan Pasar Buah Tempuling.
2. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2019 sampai September 2019.
3. Responden adalah orang yang melakukan pembelian buah mangga alpukat di lokasi penelitian. Responden dalam penelitian ini sebanyak 60 responden.
4. Preferensi adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen.
5. Pendapatan adalah besarnya uang yang diperoleh responden setiap bulannya.
6. Jumlah Tanggungan adalah jumlah anggota keluarga responden.
7. Harga adalah pengeluaran konsumen dalam membeli buah mangga alpukat.
8. Atribut pada buah mangga alpukat meliputi warna, ukuran, aroma, rasa, dan cara mengkonsumsi.

## **DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN**

### **Gambaran Umum Daerah Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Pasar Sei Sikambing, Medan, Sumatera Utara. Tepatnya terletak di Jalan Kapten Muslim di Kecamatan Helvetia, Medan. Kelurahan Sei Sikambing terdiri dari 14 lingkungan, secara demografi Kelurahan ini Berbatasan dengan:

- ✓ Sebelah barat berbatasan dengan Kelurahan Cinta Damai, Kecamatan Medan Helvetia.
- ✓ Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Dwikora, Kecamatan Medan Helvetia.
- ✓ Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Sei Putih Barat, Kecamatan Medan Petisah.
- ✓ Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Simpang Tanjung dan Kelurahan Sei Sikambing B, Kecamatan Medan Sunggal.

Di Kelurahan Sei Sikambing ini juga terdapat beberapa instansi Pemerintah, Perusahaan BUMN, Swasta, Perguruan Tinggi, serta fasilitas umum berupa rumah sakit, Sekolah, Pasar Sikambing dan lain-lain.

Penelitian ini juga dilakukan di Pasar Buah Tempuling, Medan, Sumatera utara. Tepatnya terletak di Jalan Tempuling, Sidorejo Hilir, Kecamatan Medan Tembung.

### **Karakteristik Responden Pasar Sei Sikambang Dan Pasar Buah Tempuling**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada Pasar Sei Sikambang Medan dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pria	9	30 %
2	Wanita	21	70 %
	Total	30	100 %

*Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Pasar Sei Sikambang Medan, jumlah responden wanita lebih mendominasi yaitu 21 orang atau 70 % dan pria 9 orang atau 30 % hal ini dikarenakan wanita lebih senang untuk berbelanja, dan dipasar ini juga tidak jauh dari jalan raya sehingga memudahkan konsumen membeli buah mangga alpukat, sedangkan pria lebih cenderung sedikit mereka berbelanja umumnya pada sore hari.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada Pasar Buah Tempuling Medan dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pria	10	33,4 %
2	Wanita	20	66,6%
	Total	30	100 %

*Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Pasar Buah Tempuling Medan, jumlah responden wanita lebih mendominasi yaitu 21 orang atau 33,4 % dan pria 9 orang atau 66,6 %. dikarenakan pada Pasar Tuasan ini wanita lebih banyak wanita pekerja yang membeli buah ini selain ibu rumah tangga karena letak pasar ini dilingkungan universitas, sedangkan responden pria lebih sedikit karena pria berbelanja pada sore atau malam hari.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pendapatan pada Pasar Sei Sikambang Medan dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

No	Penghasilan per Bulan	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	Rp.2.000.000 - Rp.3.500.000	11	36,7 %
2	Rp.3.600.000 - Rp.5.600.000	17	56,7 %
3	Rp.5.700.000 - Rp.7.000.000	2	6,6 %
Total		30	100 %

*Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Pasar Sei Sikambang Medan, penghasilan responden perbulan didominasi oleh Rp. 3.600.000 - Rp. 5.600.000 sebanyak 17 orang atau 56,7 % dimana konsumennya didominasi oleh para wanita atau yang sudah berkeluarga.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pendapatan pada Pasar Buah Tempuling Medan dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

No	Penghasilan per Bulan	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	Rp.2.000.000 - Rp.3.500.000	12	40 %
2	Rp.3.600.000 - Rp.5.600.000	14	46,6 %
3	Rp.5.700.000 - Rp.7.000.000	4	13,4 %
Total			100 %

*Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Pasar Buah Tempuling Medan, penghasilan responden perbulan didominasi oleh Rp. 3.600.000 - Rp. 5.600.000 sebanyak 14 orang atau 46,6 % dimana konsumennya didominasi oleh para wanita atau yang sudah berkeluarga.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan pada Pasar Sei Sikambang Medan pada Tabel 6.

**Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	SMA	14	46,6 %
2	Diploma	4	13,4 %
3	Sarjana (S1)	12	40 %
Total			100 %

*Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Pasar Sei Sikambang Medan, pendidikan terakhir responden didominasi oleh SMA sebanyak 14 orang atau 46,6 %. Sisanya responden yang tamatan Sarjana (S1) sebanyak 12 atau 40 % dan Diploma sebanyak 4 % atau 13,4 %.

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan pada Pasar Buah Tempuling Medan pada Tabel 7.

**Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	SMA	11	36,6 %
2	Diploma	7	23,4%
3	Sarjana (S1)	12	40 %
Total		30	100 %

*Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Pasar Buah Tempuling Medan, pendidikan terakhir responden didominasi oleh Sarjana (S1) sebanyak 12 orang atau 40 %. Sisanya responden yang tamatan SMA sebanyak 11 atau 36,6 % dan Diploma sebanyak 7 orang atau 23,4 %.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan

Karakteristik responden berdasarkan jumlah tanggungan pada Pasar Sei Sikambang Medan pada Tabel 8.

**Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan**

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	0-2	8	26,6 %
2	3-4	20	66,6 %
3	5-6	2	6,8 %
Total		30	100 %

*Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Pasar Sei Sikambing Medan, jumlah tanggungan responden yang paling mendominasi sebanyak 3-4 orang dengan jumlah 20 responden atau 66,6 % dan jumlah yang terkecil 5-6 orang dengan jumlah 2 atau 6,8 %.

Karakteristik responden berdasarkan jumlah tanggungan pada Pasar Buah Tempuling Medan pada Tabel 9.

**Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan**

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	0-2	5	16,6
2	3-4	22	73,3
3	5-6	3	10,1
Total			100 %

*Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Pasar Buah Tempuling Medan, jumlah tanggungan responden yang paling mendominasi sebanyak 3-4 orang dengan jumlah 22 responden atau 73,3 % dan jumlah yang terkecil 5-6 orang dengan jumlah 3 atau 10,8 %.

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumsi Buah Mangga Alpukat**

Karakteristik responden berdasarkan harga Mangga Alpukat yang dibeli pada Pasar Sei Sikambing Medan dapat dilihat pada Tabel 10.

**Tabel 10. Pengeluaran Konsumsi Buah Mangga Alpukat**

No	Harga Mangga Alpukat	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	Rp. 32.000 - Rp. 45.000	20	66,6 %
2	Rp. 46.000 - Rp. 56.000	5	16,7 %
3	Rp. 57.000 - Rp. 70.000	5	16,7 %
Total		30	100 %

*Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Pasar Sei Sikambing Medan, Responden yang membeli mangga alpukat paling banyak Rp. 32.000 - Rp. 45.000 sebanyak 20 orang atau 66,6 %, sebesar Rp. 46.000 - Rp. 56.000 sebanyak 5 orang atau 16,7 % dan Rp.57.000 - Rp. 70.000 sebanyak 5 orang atau 16,7 %.

Karakteristik responden berdasarkan harga Mangga Alpukat yang dibeli pada Pasar Buah Tempuling Medan dapat dilihat pada Tabel 11.

**Tabel 11. Pengeluaran Konsumsi Buah Mangga Alpukat**

No	Harga Mangga Alpukat	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	Rp. 32.000 - Rp. 45.000	25	83,3 %
2	Rp. 46.000 - Rp. 56.000	5	16,7 %
3	Rp. 57.000 - Rp. 70.000	-	
Total		30	100 %

*Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Pasar Buah Tempuling Medan, Responden yang membeli mangga alpukat paling banyak Rp. 32.000 - Rp. 45.000 sebanyak 25 orang atau 83,3 %, sebesar Rp. 46.000 - Rp. 56.000 dan sebanyak 5 orang atau 16,7 %.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Pendapatan, Jumlah Tanggungan, Pendidikan, Harga Mangga Alpukat Terhadap Permintaan Mangga Alpukat di Pasar Sei Sikambing

#### A. Pasar Sei Sikambing

Untuk mengetahui pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan, harga mangga alpukat terhadap permintaan mangga alpukat, terlebih dahulu dilakukan uji secara serempak (Uji F) dan uji secara parsial (Uji T). Sebelum dilakukan Uji F dan Uji T, terlebih dulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reabilitas untuk mengetahui kuisisioner yang dbuat pada penelitian ini layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

#### Uji Validitas

Pertanyaan dinyatakan valid atau layak apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil validitas pada pasar sei sikambing dapat dilihat tabel berikut:

**Tabel 12. Hasil Uji Validitas**

Pertanyaan	R hitung	R tabel (n= 30)	Keterangan
Item 1	,789	,361	Valid
Item 2	,642	,361	Valid
Item 3	,789	,361	Valid
Item 4	,569	,361	Valid
Item 5	,482	,361	Valid
Item 6	,490	,361	Valid
Item 7	,467	,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas bahwa dapat dilihat bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 30 responden menghasilkan bahwa dari item 1 sampai item 7 dinyatakan valid. Hal ini dapat disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki r hitung lebih besar dari pada r tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pertanyaan yang dibuat layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

### Uji Reabilitas

Berikut ini merupakan hasil reabilitas yang dilakukan terhadap 30 responden yang dinilai memenuhi kriteria yang telah ditentukan hasil uji reabilitas dilihat melalui nilai cronbach alpha pada pasar sei sikambing dilihat tabel dibawah ini:

**Tabel 13. Hasil Uji Reabilitas**

Pertanyaan	Cronbach alpha	Keterangan
Item 1	,534	Reliabel
Item 2	,593	Reliabel
Item 3	,534	Reliabel
Item 4	,616	Reliabel
Item 5	,640	Reliabel
Item 6	,729	Reliabel
Item 7	,688	Reliabel

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dibuat uji reabilitas yang dilakukan kepada 30 responden menghasilkan 7 item. Yaitu pada item 1 nilai cronbach alpha sebesar ,534. Item 2 nilai cronbach alpha ,593. Item 3 nilai cronbach alpha ,534. Item 4 cronbach alpha ,616. Item 5 cronbach alpha, 640. Item 6 cronbach alpha

,729. Item 7 cronbach alpha ,688. Dari hasil tersebut disimpulkan dari hasil item 1 sampai 7 nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,50 hal ini menunjukkan bahwa semua variabel reliabel dan seluruh pernyataan yang dibuat dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *tolerance* serta nilai *Variant Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengujian yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai  $VIF < 30$ . Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada hasil output *SPSS* berikut ini:

**Tabel 14. Uji Multikolonearitas Pada Pasar Sei Sikambing**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	(Constant)		
	pendapatan	.990	1.010
1	jtk	.853	1.172
	pendidikan	.820	1.219
	harga	.949	1.054

a. Dependent Variable: permintaan

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) variabel  $< 10$ , hal ini mengindikasikan bahwa model tidak mengandung multikolinearitas.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (Sig) > 0,05 pada tabel output uji glejser SPSS berikut ini:

**Tabel 15. Uji Glejser**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	
	(Constant)	.031	.031	.316
	pendapatan	-4.245E-009	.000	.101
1	jtk	.000	.003	.936
	pendidikan	.001	.002	.709
	harga	-8.634E-009	.000	.969

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Pada Uji Glejser dasar pengambilan keputusan dalam heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

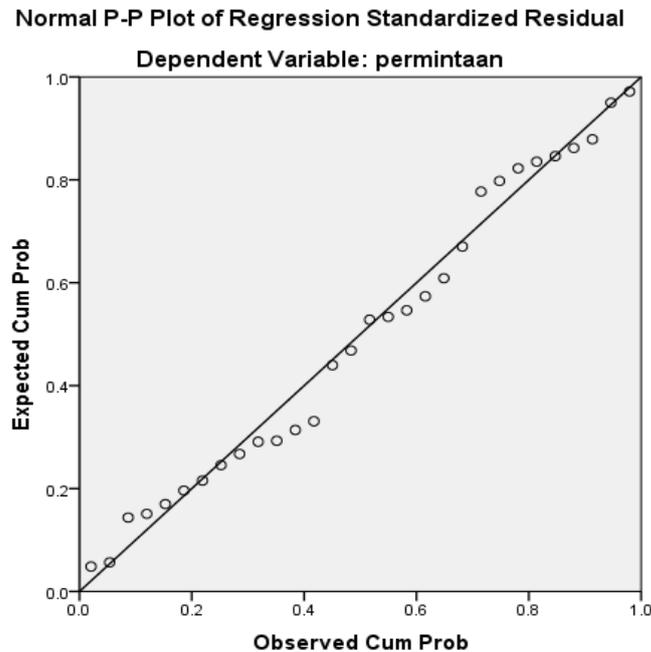
1. Jika nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Sig) seluruh variabel lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya data pada penelitian ini dapat untuk diregresikan.

### c. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah distribusi data normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan dengan melihat *normal probability plot*. Jika distribusi data normal,

maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada grafik *normal probability plot* dibawah ini:



**Gambar 3. Grafik Normal P - P Plot of Regression Standarized Residual.**

Dari garfik 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 distribusi normal. Artinya data pada penelitian ini dapat untuk diregresikan.

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

#### **a. Uji Secara Serempak (Uji F)**

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis dilakukan Uji F yaitu membandingkan sig F dengan alpha (0,05). Untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan mengenai pengaruh pendapatan (X1), Jumlah Tanggungan (X2),

Pendidikan (X3), dan Harga Mangga Alpukat (X4) terhadap permintaan buah Mangga Alpukat, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 16. Hasil Uji Serempak (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.351	4	1.088	1124.778	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.024	25	.001		
	Total	4.375	29			

a. Dependent Variable: permintaan

b. Predictors: (Constant), harga, jtk, pendapatan, pendidikan

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Dari tabel anova diatas dapat dijelaskan bahwa koefisien Sig pada uji F bernilai 0,000. dengan dasar pengambilan keputusan apabila  $Sig < \alpha$  (0,05) maka tolak  $H_0$ . Dari uji F dapat dilihat bahwa sig  $0,000 < 0,05$  sehingga tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$  dengan nilai  $F_{Hitung}$  dalam tabel Anova ini sebesar 1124,78. Adapun untuk nilai  $F_{Tabel}$  untuk jumlah data sebanyak 30, dengan jumlah variabel sebanyak 5 dan dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh nilai  $F_{Tabel}$  sebesar 2,76, maka  $F_{Hitung}$  (1124,78)  $>$   $F_{Tabel}$  (2,67). Artinya variabel bebas Pendapatan (X1), Jumlah Tanggungan (X2), Pendidikan (X3), dan Harga (X4), berpengaruh secara nyata dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu permintaan (Y).

Hasil koefisien regresi dapat dilihat pada tabel hasil analisis regresi linier berganda berikut ini:

**Tabel 17. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-.015	.060	
1 pendapatan	-1.243E-009	.000	-.004
jtk	.003	.006	.008
pendidikan	.006	.003	.030
Harga	2.764E-005	.000	.991
Multiple R			.991

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Multiple R menunjukkan hubungan antara variabel bebas Pendapatan (X1), Jumlah Tanggungan (X2), Pendidikan (X3), dan Harga (X4), dengan variabel terikat permintaan konsumen terhadap buah mangga alpukat (Y) sebesar 99,1 %. dari nilai-nilai koefisien diatas, maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,015 - 1,243 X_1 + 0,003 X_2 + 0,006 X_3 + 2,764 X_4.$$

#### c. Pengujian Secara Serempak (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 (X1), Jumlah Tanggungan (X2), pendidikan (X3), Harga Mangga Alpukat (X4), berpengaruh secara nyata dan signifikansi terhadap permintaan buah Mangga Alpukat di Pasar Buah Tempuling Medan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat hasil pengujian hipotesis berikut ini:

**Tabel 18. Uji T (Parsial)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model	T Hitung	T Tabel	Sig.
(Constant)	-.251	.2,060	.804
pendapatan	-.255	.2,060	.800
1 jtk	.493	.2,060	.626
pendidikan	1.810	.2,060	.082
harga	64.929	.2,060	.000

a. Dependent Variable: permintaan

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa pengaruh nilai sig t untuk variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu:

#### 1. Pengaruh Pendapatan (X1) Terhadap Permintaan Buah Mangga Alpukat (Y)

Dari hasil uji parsial, diperoleh nilai Sig 0,800 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan H1 ditolak. Ini berarti pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah Mangga Alpukat di Pasar Sei Sikambing. Dikarenakan pada Pasar Sei Sikambing konsumen yang mengkonsumsi buah mangga alpukat yaitu konsumen yang memiliki pendapatan yang sudah melebihi kebutuhan sekunder.

#### 1. Pengaruh Jumlah Tanggungan (X2) Terhadap Permintaan Buah Mangga Alpukat (Y)

Dari hasil uji parsial, diperoleh nilai Sig 0,626 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan H1 ditolak. Hal ini berarti jumlah tanggungan tidak berpengaruh terhadap permintaan buah Mangga Alpukat. Hal ini dikarenakan pada saat melakukan penelitian dengan pertanyaan konsumen

yang membeli buah mangga alpukat dengan jumlah yang sedang karena untuk dikonsumsi sendiri, tetapi tidak memiliki jumlah tanggungan yang banyak. Selain tanggungan yang sedikit konsumen yang membeli mangga alpukat ini yaitu konsumen yang mencari kepuasan dalam mengkonsumsi mangga alpukat.

#### 2. Pengaruh pendidikan (X3) Terhadap Permintaan Buah Mangga Alpukat

Dari hasil uji parsial diperoleh nilai sig  $0,082 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti pendidikan tidak berpengaruh terhadap permintaan buah mangga alpukat. Hal ini dikarenakan pada saat melakukan penelitian dengan pertanyaan konsumen yang membeli buah mangga alpukat bahwa hampir semua tingkat pendidikan sudah menyadari akan pentingnya untuk mengkonsumsi buah yang aman dan sehat. Alasan lain dalam membeli buah mangga alpukat tidak berdasarkan oleh pendidikan yaitu dapat disebabkan oleh keinginan, minat, atau kebiasaan serta untuk memenuhi keinginan keluarga.

#### 3. Pengaruh Harga (X4) Terhadap Permintaan Buah Mangga Alpukat

Dari hasil uji parsial diperoleh nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini harga berpengaruh nyata terhadap permintaan buah mangga alpukat.

#### 4. Pengaruh permintaan (Berdasarkan Atribut- Atribut Buah Mangga Alpukat).

Atribut adalah karakteristik atau ciri – ciri yang dimiliki oleh suatu objek atau produk. Atribut buah mangga alpukat dalam penelitian ini meliputi atribut warna, ukuran, aroma, rasa, dan cara mengkonsumsi.

## Rekapitulasi Jawaban Responden

**Tabel 19. Hasil Rekapitulasi Responden**

No	Variabel	Skor					%	%
		1	2	3	4	5		
1	Warna P1			11	12	7	100	30
2	Ukuran P2	1		5	11	13	100	26
3	Aroma P3				13	17	100	34
4	Rasa P4			1	7	22	100	44
	Rata-rata	0,25	-	4	10,75	14,75		

*Sumber: Data Primer Diolah 2020.*

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari hasil penelitian, dapat dilihat bahwa dari variabel dari jenis buah mangga alpukat yang diminati di pasar Sei Sikambing Medan, warna mempengaruhi minat beli konsumen yaitu sebanyak 12 responden atau dengan persentase 30%. Ini berarti seluruh responden setuju bahwa dalam membeli buah Mangga Alpukat dipengaruhi oleh atribut warna. Berdasarkan ukuran responden sebanyak 13 dengan persentase 26 % ukuran menjadi pertimbangan konsumen membeli buah mangga alpukat karena besar buah mangga pada umumnya. Berdasarkan atribut aroma responden menjawab sebanyak 17 dengan persentase 34 % atribut aroma menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli buah mangga alpukat karena wanginya yang harum dan menyengat sehingga konsumen berminat untuk membelinya. Berdasarkan variabel rasa responden menjawab sebanyak 22 dengan persentase 44 % rasa menjadi hal yang utama untuk membeli mangga alpukat dari mangga yang lainnya karena buahnya yang manis.

**Tabel 20. Hasil Rekapitulasi Responden**

No	Variabel	Skor					%	%
		1	2	3	4	5		
1	Kupas,cuci,dan diiris P5			4	14	12	100	35
2	Kupas, dikonsumsi P6		1		18	11	100	45
3	Olahan lain P7	5	7	14	3	1	100	46
	Rata - rata	1,6	2,6	4,5	11,6	8		

*Sumber: Data Primer Diolah 2020.*

Berdasarkan atribut kupas, cuci, diiris dengan persentase 35 % atribut ini yang dipilih konsumen untuk mengkonsumsi buah mangga alpukat ini. Berdasarkan atribut dikupas kemudian dikonsumsi secara langsung responden menjawab 18 dengan persentase 45 % dikarenakan ada sebagian konsumen mengkonsumsinya dengan tujuan lebih praktis. Berdasarkan atribut olahan lain atau diolah dengan cara lain seperti rujak dengan persentase yaitu 46% cara ini adalah pilihan ketiga atau terakhir yang dipilih konsumen untuk mengkonsumsinya.

### **Pengaruh Pendapatan, Jumlah Tanggungan, Pendidikan, Harga Mangga Alpukat Terhadap Permintaan Mangga Alpukat di Pasar Buah Tempuling**

#### **B. Pasar Buah Tempuling**

Untuk mengetahui pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan, harga mangga alpukat terhadap permintaan mangga alpukat, terlebih dahulu dilakukan uji secara serempak (Uji F) dan uji secara parsial (Uji t). Sebelum dilakukan Uji F dan Uji t, terlebih dulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reabilitas untuk mengetahui kuisisioner yang dibuat pada penelitian ini layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

### Uji Validitas

Pertanyaan dinyatakan valid atau layak apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil validitas pada pasar buah tempuling dapat dilihat tabel berikut:

**Tabel 21. Hasil Uji Validitas**

Pertanyaan	R hitung	R tabel (n= 30)	Keterangan
Item 1	,788	,361	Valid
Item 2	,785	,361	Valid
Item 3	,659	,361	Valid
Item 4	,520	,361	Valid
Item 5	,619	,361	Valid
Item 6	,421	,361	Valid
Item 7	,726	,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas bahwa dapat dilihat bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 30 responden menghasilkan bahwa dari item 1 sampai item 7 dinyatakan valid. Hal ini dapat disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pertanyaan yang dibuat layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

### Uji Reabilitas

Berikut ini merupakan hasil reabilitas yang dilakukan terhadap 30 responden yang dinilai memenuhi kriteria yang telah ditentukan hasil uji reabilitas dilihat melalui nilai cronbach alpha pada pasar sei sikambang dilihat tabel dibawah ini :

**Tabel 22. Hasil Uji Reabilitas**

Pertanyaan	Cronbach alpha	Keterangan
Item 1	,681	Reliabel
Item 2	,682	Reliabel
Item 3	,721	Reliabel
Item 4	,746	Reliabel
Item 5	,726	Reliabel
Item 6	,792	Reliabel
Item 7	,704	Reliabel

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dibuat uji reabilitas yang dilakukan kepada 30 responden menghasilkan 7 item. Yaitu pada item 1 nilai cronbach alpha sebesar ,681. Item 2 nilai cronbach alpha ,682. Item 3 nilai cronbach alpha ,721. Item 4 cronbach alpha ,746. Item 5 cronbach alpha, 726. Item 6 cronbach alpha ,792. Item 7 cronbach alpha ,704. Dari hasil tersebut disimpulkan dari hasil item 1 sampai 7 nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,50 hal ini menunjukkan bahwa semua variabel reliabel dan seluruh pernyataan yang dibuat dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Multikolinearitas**

Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *tolerance* serta nilai *Variant Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengujian yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai  $VIF < 30$ . Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada hasil output *SPSS* berikut ini:

**Tabel 23. Uji Multikolinearitas Pada Pasar Buah Tempuling**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
	(Constant)		
1	Pendapatan	.532	1.880
	jtk	.758	1.320
	pendidikan	.591	1.693
	harga	.814	1.228

a. Dependent Variable: permintaan

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) variabel  $< 10$ , hal ini mengindikasikan bahwa model tidak mengandung multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (Sig)  $> 0,05$  pada tabel output uji glejser SPSS berikut ini:

**Tabel 24. Uji Glejser**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error		
	(Constant)	-.054	.033	.112
1	Pendapatan	1.444E-009	.000	.595
	jtk	-.001	.003	.810
	pendidikan	.003	.002	.151
	harga	9.252E-007	.000	.047

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Primer Diolah 2020

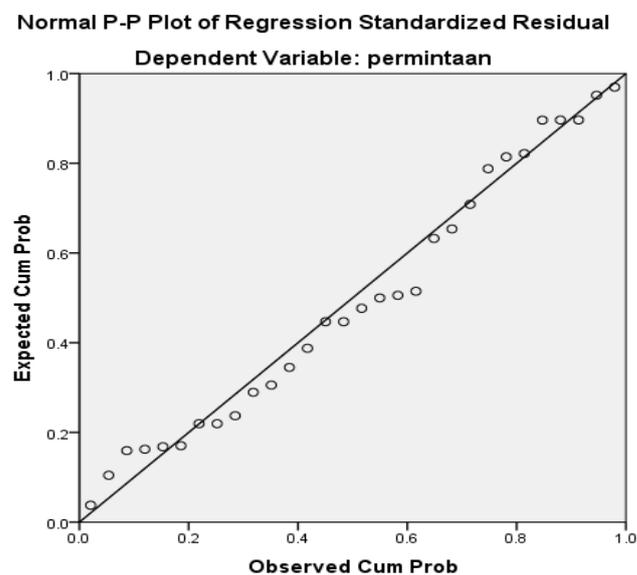
Pada Uji Glejser dasar pengambilan keputusan dalam heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Sig) seluruh variabel lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya data pada penelitian ini dapat untuk diregresikan.

c. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah distribusi data normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan dengan melihat *normal probability plot*. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada grafik *normal probability plot* dibawah ini:



**Gambar 4. Grafik Normal P - P Plot of Regression Standarized Residual**

Dari garfik 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 distribusi normal. Artinya data pada penelitian ini dapat untuk diregresikan.

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

##### a. Uji Secara Serempak (Uji F)

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis dilakukan Uji F yaitu membandingkan sig F dengan alpha (0,05). Untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan mengenai pengaruh pendapatan (X1), Jumlah Tanggungan (X2), Pendidikan (X3), dan Harga Mangga Alpukat (X4) terhadap permintaan buah Mangga Alpukat, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 25. Hasil Uji Serempak (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.023	4	.256	346.439	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.018	25	.001		
	Total	1.042	29			

a. Dependent Variable: permintaan

b. Predictors: (Constant), harga, jtk, pendidikan, Pendapatan

Sumber : *Data Primer Diolah 2020*

Dari tabel anova diatas dapat dijelaskan bahwa koefisien Sig pada uji F bernilai 0,000. dengan dasar pengambilan keputusan apabila Sig < alpha (0,05) maka tolak  $H_0$  . Dari uji F dapat dilihat bahwa sig 0,000 < 0,05 sehingga tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$  dengan nilai  $F_{Hitung}$  dalam tabel Anova ini sebesar 346,43.

Adapun untuk nilai  $F_{Tabel}$  untuk jumlah data sebanyak 30, dengan jumlah variabel sebanyak 5 dan dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh nilai  $F_{Tabel}$  sebesar 2,76, maka  $F_{Hitung}$  (346,43) >  $F_{Tabel}$  (2,67). Artinya variabel bebas Pendapatan (X1), Jumlah Tanggungan (X2), Pendidikan (X3), dan Harga (X4), berpengaruh secara nyata dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu permintaan (Y).

Hasil koefisien regresi dapat dilihat pada tabel hasil analisis regresi linier berganda berikut ini:

**Tabel 26. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-.091	.066	
1			
Pendapatan	8.249E-009	.000	.055
jtk	-.006	.006	-.029
pendidikan	.003	.003	.025
harga	3.022E-005	.000	.994
	Multiple R		346.439

*Sumber: Data Primer Diolah 2020*

Multiple R menunjukkan hubungan antara variabel bebas Pendapatan (X1), Jumlah Tanggungan (X2), Pendidikan (X3), dan Harga (X4), dengan variabel terikat permintaan konsumen terhadap buah mangga alpukat (Y) sebesar 34,6 %. dari nilai-nilai koefisien diatas, maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,019 + 8,249 X_1 + 0,006 X_2 + 0,003 X_3 + 3,022 X_4.$$

b. Pengujian Secara Serempak (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 (X1), Jumlah Tanggungan (X2), pendidikan (X3),

Harga Mangga Alpukat (X4), berpengaruh secara nyata dan signifikansi terhadap permintaan buah Mangga Alpukat di Pasar Buah Tempuling Medan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat hasil pengujian hipotesis berikut ini:

**Tabel 27. Uji T (Parsial)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model	T Hitung	T Tabel	ig.
(Constant)	-1.370	.2,060	.183
pendapatan	1.517	.2,060	.142
1 jtk	-.942	.2,060	.355
pendidikan	.733	.2,060	.470
harga	33.687	.2,060	.000

a. Dependent Variable: permintaan

*Sumber: Data Primer Diolah 2020*

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa pengaruh nilai sig t untuk variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu:

1. Pengaruh Pendapatan (X1) Terhadap Permintaan Buah Mangga Alpukat (Y)

Dari hasil uji parsial, diperoleh nilai Sig 0,142 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan H1 ditolak. Hal ini berarti pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah Mangga Alpukat di Pasar Sei Sikambing. Hal ini dikarenakan pada Pasar Buah Tempuling konsumen yang membeli mangga alpukat yaitu konsumen yang memiliki pendapatan yang cukup tinggi konsumen yang membelinya yaitu konsumen yang sudah bekerja maka pendapatan tidak menjadi salah satu faktor konsumen dalam mengkonsumsi buah Mangga Alpukat di Pasar Buah Tempuling.

2. Pengaruh Jumlah Tanggungan (X2) Terhadap Permintaan Buah Mangga Alpukat (Y)

Dari hasil uji parsial, diperoleh nilai Sig  $0,355 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti jumlah tanggungan tidak berpengaruh terhadap permintaan buah Mangga Alpukat. Hal ini dikarenakan pada Pasar Buah Tempuling konsumen yang membeli yaitu konsumen yang memiliki pendapatan yang tinggi atau konsumen tertentu saja yang membeli mangga ini karena harganya yang cukup mahal pada saat melakukan penelitian dengan pertanyaan konsumen yang membeli buah mangga alpukat dengan jumlah yang sedang karena untuk dikonsumsi sendiri, tetapi tidak memiliki jumlah tanggungan yang banyak.

### 3. Pengaruh pendidikan (X3) Terhadap Permintaan Buah Mangga Alpukat

Dari hasil uji parsial diperoleh nilai sig  $0,470 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti pendidikan tidak berpengaruh terhadap permintaan buah mangga alpukat. Hal ini yang membeli buah mangga alpukat yaitu hampir semua tingkat pendidikan sudah menyadari akan pentingnya untuk mengonsumsi buah yang aman dan sehat. Alasan lain dalam membeli buah mangga alpukat tidak berdasarkan oleh pendidikan yaitu dapat disebabkan oleh keinginan, minat, atau kebiasaan serta untuk memenuhi keinginan keluarga.

### 4. Pengaruh Harga (X4) Terhadap Permintaan Buah Mangga Alpukat

Dari hasil uji parsial diperoleh nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini harga berpengaruh nyata terhadap permintaan buah mangga alpukat.

### 5. Pengaruh permintaan (Berdasarkan Atribut- Atribut Buah Mangga Alpukat).

Atribut adalah karakteristik atau ciri – ciri yang dimiliki oleh suatu objek atau produk. Atribut buah mangga alpukat dalam penelitian ini meliputi atribut warna, ukuran , aroma, rasa, dan cara mengkonsumsi.

Rekapitulasi Jawaban Responden

**Tabel 28. Hasil Rekapulatasi Responden**

No	Variabel	Skor					%	%
		1	2	3	4	5		
1	Warna							
	P1		8	4	12	6	100	30
2	Ukuran							
	P2	2	1	7	12	8	100	30
3	Aroma							
	P3			3	20	7	100	50
4	Rasa							
	P4			5	4	21	100	42
	Rata-rata	0,5	2,25	4,75	12	6		

*Sumber: Data Primer Diolah 2020.*

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari hasil penelitian, dapat dilihat bahwa dari variabel dari jenis buah mangga alpukat yang diminati di pasar Buah Tempuling Medan, warna mempengaruhi minat beli konsumen yaitu sebanyak 12 responden atau dengan persentase 30%. Ini berarti seluruh responden setuju bahwa dalam membeli buah Mangga Alpukat dipengaruhi oleh atribut warna. Berdasarkan ukuran responden sebanyak 12 dengan persentase 30 % ukuran menjadi pertimbangan konsumen membeli buah mangga alpukat karena besar buah mangga pada umumnya. Berdasarkan atribut aroma responden menjawab sebanyak 20 dengan persentase 50 % atribut aroma menjadi pertimbangan

konsumen untuk membeli buah mangga alpukat karena wanginya yang harum dan menyengat sehingga konsumen berminat untuk membelinya. Berdasarkan variabel rasa responden menjawab sebanyak 21 dengan persentase 42 % rasa menjadi hal yang utama untuk membeli mangga alpukat dari mangga yang lainnya karena buahnya yang manis.

**Tabel 29. Hasil Rekapitulasi Responden.**

No	Variabel	Skor					%	%
		1	2	3	4	5		
1	Kupas,cuci,dan diiris							
	P5			3	17	10	100	68
2	Kupas, dikonsumsi							
	P6	3	2	3	21	1	100	52,2
3	Olahan lain							
	P7	6	7	14	1	2	100	46
	Rata - rata	3	3	6,6	13	4,3		

*Sumber: Data Primer Diolah 2020.*

Berdasarkan atribut kupas, cuci, diiris dengan persentase 68 % atribut ini yang dipilih konsumen untuk mengkonsumsi buah mangga alpukat ini. Berdasarkan atribut dikupas kemudian dikonsumsi secara langsung responden menjawab 18 dengan persentase 52,5 % dikarenakan ada sebagian konsumen mengkonsumsinya dengan tujuan lebih praktis. Berdasarkan atribut olahan lain atau diolah dengan cara lain seperti rujak dengan persentase yaitu 46% cara ini adalah pilihan ketiga atau terakhir yang dipilih konsumen untuk mengkonsumsinya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis regresi linier berganda di Pasar Sei Sikambang dan Pasar Buah Tempuling diperoleh hasil  $\text{sig } 0,000 < 0,05$  sehingga tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$ . Artinya secara simultan (serempak) jumlah permintaan buah mangga alpukat dipengaruhi oleh pendapatan, jumlah tanggungan, pendidikan, dan harga. Berdasarkan analisis linier berganda di Pasar Sei Sikambang dan Pasar Buah Tempuling secara parsial jumlah permintaan buah mangga alpukat dipengaruhi oleh harga, sedangkan variabel pendapatan, jumlah tanggungan, dan pendidikan tidak mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buah mangga alpukat.
2. Urutan atribut yang paling penting buah mangga alpukat di Pasar Sei Sikambang berdasarkan warna 12 responden (30%). Ukuran 13 responden (26%). Aroma 17 responden (34%). Rasa 22 responden (44%). Berdasarkan cara mengkonsumsi mangga alpukat dikupas, dicuci, kemudian diiris 14 responden (35%). Memilih cara dikupas kemudian dikonsumsi 18 responden (45%). Memilih dengan cara dikonsumsi dengan olahan lain 14 responden (47%). Memilih buah mangga alpukat di pasar Buah Tempuling berdasarkan warna 12 responden (30%). Ukuran 12 responden (30%). Aroma 20 responden (50%). Rasa 21 konsumen (42%). Berdasarkan cara mengkonsumsi mangga alpukat dikupas, dicuci, kemudian diiris 17 responden (68%). Konsumen yang memilih cara dikupas kemudian dikonsumsi 21 responden (52,5%). Konsumen yang memilih dengan cara dikonsumsi dengan olahan lain 14 responden (47%).

**Saran**

1. Diharapkan kepada masyarakat agar lebih memperhatikan pola konsumsi yang sehat, dengan cara mengonsumsi buah- buahan seperti mangga alpukat ini dengan nilai vitamin yang cukup tinggi untuk tubuh.
2. Dengan penelitian ini diharapkan pasar Sei Sikambing dan Pasar Buah Tempuling dapat mempertahankan mutu dan kualitas dari buah mangga alpukat, sehingga meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli dipasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Danang, 2015. *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. CAPS (Center of Academic Publishing Service). Yogyakarta
- Etta, Mamang, 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- Ester, 2014. *Analisis Conjoint Terhadap Preferensi Konsumen Pada Buah Durian Jurnal Agribisnis*. Departemen Agribisnis. Fakultas Pertanian Sumatera Utara.
- Mailina, 2021. *Faktor-faktor Budaya yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Medan Dalam Mengonsumsi Kunyit di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Somasi Vol. 2 No. 2 Tahun 2021.
- Munandar, 2012. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan di Bogor*. Jurnal Teknologi Industri Pertanian IPB Vol. 13.
- Mustafa, 2006. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Media Group.
- Pindyck dan Rubinfeld, 2012. *Microeconomy*. (Mikroekonomi, alih bahasa: Devri Bardani Putera). Edisi Kedelapan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Raysitho, 2016. *Permintaan Dan Penawaran Beras Di Indonesia*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol. 16. No. 04 Tahun 2016.
- Riandika, 2017. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Apel Impor Di Hypermart Sun Plaza*. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
- Riska, Y.I. 2012. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor Di Kabupaten Kudus*.
- Rosyidi, 2016. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Semangka Di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo*. Jurnal. ISSN 2302-1713. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Sukirno, S. 2009. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Pers: Jakarta.

Sugiono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Alfabeta. Jakarta.

Hanifawati, Tri. 2017. *Pengaruh Atribut Kemasan Makanan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian*. Jurnal ISSN 2301-9948. Program Studi Agriekonomika Universitas Gadjah Mada.

Umar, Sayed. 2004. *Sumbang Saran Untuk Kemajuan Dunia Peternakan Di Indonesia*. Fakultas Sumatera Utara.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Karakteristik Responden Di Pasar Sei Sikambing

No	Nama	Usia	Pendidikan	Pendapatan	J.T	Permintaan	Harga
1	Putri	19	12	2800000	3	1	34000
2	Defri	29	12	3000000	3	2	68000
3	Azniar Nst	39	12	2500000	4	1	34000
4	Awan	23	16	1000000	1	1.5	52500
5	Maulianna	48	12	2000000	4	1	35000
6	Conia Sitepu	22	16	5000000	3	2	35000
7	Padli Ahmad	35	12	4375000	4	1	32000
8	Novita	27	16	3750000	4	1.5	48000
9	Winda	26	16	4750000	2	1	32000
10	Nurhaliza	29	16	3500000	3	1	32000
11	Rina P	27	16	4700000	2	1	32000
12	Puji Astuti	27	16	3750000	3	1	32000
13	Santi Wahyuni	28	12	3500000	3	1	34000
14	Safridah Lubis	33	15	3250000	4	1	34000
15	Yan Aswika	42	16	4500000	3	1.5	51000
16	Ayu Lestari	32	12	3350000	4	1	34000
17	Zainul Amrin	50	12	3800000	5	1.5	51000
18	Vivi Aulia	28	16	3700000	3	1	35000
19	Sri Hartati	32	12	3700000	3	1.5	52500
20	Rafika	26	12	3300000	2	1	35000
21	Eka Oktapianti	37	15	3900000	4	1	35000
22	Ismaliza	40	16	3700000	2	1	35000
23	Asiah	45	12	4750000	5	1.5	52500
24	Dedi Ismadi	37	16	3750000	4	1	33000
25	Arif Syahputra	28	12	3500000	3	1	33000
26	Fitriyanti	25	15	1750000	1	1	33000
27	Irmayani	26	15	4250000	3	1	33000
28	Juliana	25	12	3500000	2	1	35000
29	Ardiansyah	27	16	3750000	2	1	35000
30	Sunario	28	12	3200000	4	1	35000

## Lampiran 2. Karakteristik Responden Di Pasar Buah Tempuling

No	Nama	Usia	Pendidikan	Pendapatan	J.T	Permintaan	Harga
1	Ipin	63	12	3000000	2	1	35000
2	Ahmad Fauzi	31	15	4000000	3	1	35000
3	Alamsyah	33	15	4500000	4	1	34000
4	Gunawan	42	12	3000000	3	1	34000
5	Husein	45	12	3500000	4	1	35000
6	Ramadhan	37	12	3500000	4	1	35000
7	Dewi Santi	31	15	4500000	5	1	35000
8	Cut Elia	31	15	4000000	3	1	35000
9	Kesi Ariyanti	30	12	3700000	4	1.5	52500
10	Lili	28	12	3000000	2	1.5	49500
11	Diah Mentari	26	16	5000000	3	1	34000
12	Sri Wahana	36	16	4000000	2	1	34000
13	Nadia Indira	32	16	7000000	3	1	35000
14	Dhini Trisna	36	16	5000000	4	1	35000
15	Adryana	30	18	4500000	4	1	35000
16	Feni	32	16	3500000	3	1	35000
17	Tazkia Sirait	20	12	1000000	1	1	35000
18	Nuries Shobah	36	15	6000000	5	1	33000
19	Luluh	28	15	6000000	3	1.5	49500
20	Cendani	32	15	4000000	3	1	34000
21	Marlina	30	16	3000000	3	1	34000
22	Fitri Wahyuni	40	16	3000000	3	1	33000
23	Vera Aziz	30	16	5000000	4	1	33000
24	Lismawati	50	16	5000000	4	1	33000
25	Dwi Sulfa	31	15	7000000	4	1.5	49500
26	Endangsari	40	12	2700000	4	1.5	52500
27	Rainal Sitorus	31	16	3700000	2	1	35000
28	Haidir Sinaga	45	12	3700000	5	1	35000
29	Hasan	45	12	4000000	4	1	35000
30	Awalludin	47	12	4200000	3	1	35000

**Lampiran 3. Jawaban Responden Terhadap Atribut Warna (Sei Sikambing)**

No	Nama	Tidak setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (Cs)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Putri Asrina			√		
2	Defri					√
3	Azniar Nst					√
4	Awan					√
5	Maulianna					√
6	Conia					√
7	Padli			√		
8	Novita			√		
9	Winda				√	
10	Nurhaliza					√
11	Rina			√		
12	Puji Astuti				√	
13	Santi			√		
14	Safridah				√	
15	Yan				√	
16	Ayu Lestari			√		
17	Zainul					√
18	Vivi Aulia			√		
19	Sri Hartati				√	
20	Rafika				√	
21	Eka				√	
22	Ismaliza				√	
23	Asiah				√	
24	Dedi			√		
25	Arif				√	
26	Fitriyanti				√	
27	Irmayani			√		
28	Juliana			√		
29	Ardiansyah			√		
30	Sunario				√	

**Lampiran 4. Jawaban Responden Terhadap Atribut Ukuran (Sei Sikambang)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Putri Asrina					√
2	Defri					√
3	Azniar Nst					√
4	Awan					√
5	Maulianna					√
6	Conia	√				
7	Padli				√	
8	Novita				√	
9	Winda					√
10	Nurhaliza				√	
11	Rina				√	
12	Puji Astuti					√
13	Santi				√	
14	Safridah					√
15	Yan					√
16	Ayu					√
17	Zainul			√		
18	Vivi Aulia				√	
19	Sri Hartati					√
20	Rafika			√		
21	Eka					√
22	Ismaliza				√	
23	Asiah			√		
24	Dedi				√	
25	Arif				√	
26	Fitriyanti			√		
27	Irmayani				√	
28	Juliana					√
29	Ardiansyah				√	
30	Sunario			√		

**Lampiran 5. Jawaban Responden Terhadap Atribut Aroma (Sei Sikambing)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Putri Asrina					√
2	Defri					√
3	Azniar Nst					√
4	Awan					√
5	Maulianna					√
6	Conia					√
7	Padli				√	
8	Novita				√	
9	Winda				√	
10	Nurhaliza				√	
11	Rina					√
12	Puji Astuti					√
13	Santi					√
14	SafriDAH				√	
15	Yan					√
16	Ayu					√
17	Zainul				√	
18	Vivi Aulia				√	
19	Sri Hartati				√	
20	Rafika					√
21	Eka				√	
22	Ismaliza					√
23	Asiah				√	
24	Dedi					√
25	Arif					√
26	Fitriyanti				√	
27	Irmayani					√
28	Juliana				√	
29	Ardiansyah				√	
30	Sunario					√

**Lampiran 6. Jawaban Responden Terhadap Atribut Rasa (Sei Sikambang)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Putri Asrina					√
2	Defri					√
3	Azniar Nst					√
4	Awan					√
5	Maulianna					√
6	Conia					√
7	Padli					√
8	Novita				√	
9	Winda					√
10	Nurhaliza					√
11	Rina			√		
12	Puji Astuti					√
13	Santi				√	
14	Safridah					√
15	Yan					√
16	Ayu				√	
17	Zainul					√
18	Vivi Aulia				√	
19	Sri Hartati					√
20	Rafika				√	
21	Eka					√
22	Ismaliza					√
23	Asiah					√
24	Dedi				√	
25	Arif					√
26	Fitriyanti					√
27	Irmayani					√
28	Juliana					√
29	Ardiansyah					√
30	Sunario				√	

**Lampiran 7. Jawaban Responden Kupas, cuci dan iris (Sei Sikambing)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Putri Asrina					√
2	Defri					√
3	Azniar Nst					√
4	Awan					√
5	Maulianna					√
6	Conia					√
7	Padli				√	
8	Novita			√		
9	Winda				√	
10	Nurhaliza				√	
11	Rina			√		
12	Puji Astuti				√	
13	Santi					√
14	Safridah					√
15	Yan			√		
16	Ayu					√
17	Zainul				√	
18	Vivi Aulia					√
19	Sri Hartati				√	
20	Rafika					√
21	Eka				√	
22	Ismaliza				√	
23	Asiah				√	
24	Dedi				√	
25	Arif				√	
26	Fitriyanti			√		
27	Irmayani				√	
28	Juliana				√	
29	Ardiansyah					√
30	Sunario				√	

**Lampiran 8. Jawaban Responden Kupas, dikonsumsi (Sei Sikambang)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Putri Asrina		√			
2	Defri				√	
3	Azniar Nst				√	
4	Awan				√	
5	Maulianna				√	
6	Conia					√
7	Padli				√	
8	Novita					√
9	Winda					√
10	Nurhaliza					√
11	Rina					√
12	Puji Astuti					√
13	Santi				√	
14	Safridah				√	
15	Yan				√	
16	Ayu Lestari				√	
17	Zainul					√
18	Vivi Aulia				√	
19	Sri Hartati					√
20	Rafika				√	
21	Eka				√	
22	Ismaliza					√
23	Asiah				√	
24	Dedi				√	
25	Arif					√
26	Fitriyanti				√	
27	Irmayani				√	
28	Juliana					√
29	Ardiansyah				√	
30	Sunario				√	

**Lampiran 9. Jawaban Responden Diolah lain rujak,jus dan lain-lainnya (Sei Sikambing)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Putri Asrina				√	
2	Defri			√		
3	Azniar Nst			√		
4	Awan			√		
5	Maulianna					√
6	Conia	√				
7	Padli		√			
8	Novita		√			
9	Winda	√				
10	Nurhaliza		√			
11	Rina			√		
12	Puji Astuti				√	
13	Santi		√			
14	Safridah			√		
15	Yan		√			
16	Ayu Lestari	√				
17	Zainul			√		
18	Vivi Aulia	√				
19	Sri Hartati		√			
20	Rafika			√		
21	Eka			√		
22	Ismaliza			√		
23	Asiah			√		
24	Dedi			√		
25	Arif				√	
26	Fitriyanti		√			
27	Irmayani			√		
28	Juliana			√		
29	Ardiansyah			√		
30	Sunario	√				

**Lampiran 10. Jawaban Responden Terhadap Atribut Warna (Tempuling)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Ipin					√
2	Ahmad					√
3	Alamsyah					√
4	Gunawan					√
5	Husein					√
6	Ramadhan				√	
7	Dewi Santi				√	
8	Cut Elia			√		
9	Kesi			√		
10	Lili					√
11	Diah		√			
12	Sri Wahana		√			
13	Nadia		√			
14	Dhini				√	
15	Adryana				√	
16	Feni		√			
17	Tazkia				√	
18	Nuries			√		
19	Luluh		√			
20	Cendani				√	
21	Marlina		√			
22	Fitri				√	
23	Vera Aziz				√	
24	Lismawati			√		
25	Dwi Sulfa		√			
26	Endangsari				√	
27	Rainal				√	
28	Haidir				√	
29	Hasan				√	
30	Awalludin		√			

**Lampiran 11. Jawaban Responden Terhadap Atribut Ukuran (Tempuling)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Ipin					√
2	Ahmad					√
3	Alamsyah					√
4	Gunawan				√	
5	Husein					√
6	Ramadhan					√
7	Dewi Santi				√	
8	Cut Elia				√	
9	Kesi			√		
10	Lili					√
11	Diah			√		
12	Sri Wahana			√		
13	Nadia	√				
14	Dhini					√
15	Adryana			√		
16	Feni				√	
17	Tazkia				√	
18	Nuries		√			
19	Luluh	√				
20	Cendani					√
21	Marlina				√	
22	Fitri				√	
23	Vera Aziz				√	
24	Lismawati				√	
25	Dwi Sulfa				√	
26	Endangsari			√		
27	Rainal			√		
28	Haidir			√		
29	Hasan				√	
30	Awalludin				√	

**Lampiran 12. Jawaban Responden Terhadap Atribut Aroma (Tempuling)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Ipin				√	
2	Ahmad				√	
3	Alamsyah				√	
4	Gunawan				√	
5	Husein					√
6	Ramadhan				√	
7	Dewi Santi				√	
8	Cut Elia				√	
9	Kesi				√	
10	Lili				√	
11	Diah				√	
12	Sri Wahana				√	
13	Nadia				√	
14	Dhini				√	
15	Adryana			√		
16	Feni				√	
17	Tazkia				√	
18	Nuries			√		
19	Luluh			√		
20	Cendani				√	
21	Marlina				√	
22	Fitri				√	
23	Vera Aziz					√
24	Lismawati				√	
25	Dwi Sulfa				√	
26	Endangsari				√	
27	Rainal				√	
28	Haidir				√	
29	Hasan				√	
30	Awalludin				√	

**Lampiran 13. Jawaban Responden Terhadap Atribut Rasa (Tempuling)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Ipin					√
2	Ahmad					√
3	Alamsyah					√
4	Gunawan					√
5	Husein					√
6	Ramadhan					√
7	Dewi Santi			√		
8	Cut Elia			√		
9	Kesi			√		
10	Lili					√
11	Diah			√		
12	Sri Wahana				√	
13	Nadia				√	
14	Dhini					√
15	Adryana				√	
16	Feni					√
17	Tazkia					√
18	Nuries					√
19	Luluh					√
20	Cendani					√
21	Marlina					√
22	Fitri					√
23	Vera Aziz			√		
24	Lismawati					√
25	Dwi Sulfa				√	
26	Endangsari					√
27	Rainal					√
28	Haidir					√
29	Hasan					√
30	Awalludin					√

**Lampiran 14. Jawaban Responde Kupas, cuci, dan iris (Tempuling)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Ipin					√
2	Ahmad					√
3	Alamsyah					√
4	Gunawan					√
5	Husein					√
6	Ramadhan					√
7	Dewi Santi				√	
8	Cut Elia				√	
9	Kesi			√		
10	Lili				√	
11	Diah			√		
12	Sri Wahana				√	
13	Nadia				√	
14	Dhini					√
15	Adryana				√	
16	Feni				√	
17	Tazkia				√	
18	Nuries					√
19	Luluh				√	
20	Cendani				√	
21	Marlina				√	
22	Fitri				√	
23	Vera Aziz				√	
24	Lismawati				√	
25	Dwi Sulfa			√		
26	Endangsari					√
27	Rainal				√	
28	Haidir				√	
29	Hasan					√
30	Awalludin				√	

**Lampiran 15. Jawaban Responden Kupas, dikonsumsi (Tempuling)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Ipin				√	
2	Ahmad				√	
3	Alamsyah				√	
4	Gunawan				√	
5	Husein				√	
6	Ramadhan				√	
7	Dewi Santi			√		
8	Cut Elia				√	
9	Kesi				√	
10	Lili		√			
11	Diah				√	
12	Sri Wahana				√	
13	Nadia				√	
14	Dhini				√	
15	Adryana				√	
16	Feni	√				
17	Tazkia			√		
18	Nuries	√				
19	Luluh	√				
20	Cendani				√	
21	Marlina				√	
22	Fitri				√	
23	Vera Aziz				√	
24	Lismawati					√
25	Dwi Sulfa				√	
26	Endangsari				√	
27	Rainal			√		
28	Haidir				√	
29	Hasan		√			
30	Awalludin				√	

**Lampiran 16. Jawaban Responden Olahan lain, rujak, jus, dan lain-lainnya  
(Tempuling)**

No	Nama	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	Ipin			√		
2	Ahmad					√
3	Alamsyah			√		
4	Gunawan			√		
5	Husein			√		
6	Ramadhan			√		
7	Dewi Santi	√				
8	Cut Elia			√		
9	Kesi		√			
10	Lili			√		
11	Diah	√				
12	Sri Wahana		√			
13	Nadia	√				
14	Dhini			√		
15	Adryana			√		
16	Feni			√		
17	Tazkia			√		
18	Nuries		√			
19	Luluh	√				
20	Cendani			√		
21	Marlina		√			
22	Fitri			√		
23	Vera Aziz		√			
24	Lismawati				√	
25	Dwi Sulfa			√		
26	Endangsari	√				
27	Rainal		√			
28	Haidir					√
29	Hasan	√				
30	Awalludin		√			

## Lampiran 17. Hasil Uji Validitas Pasar Sei Sikambang

## Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL
P1 warna	Pearson Correlation	1	-.12	.063	.433*	.250	.202	.082	.552**
	Sig. (2-tailed)		.529	.740	.017	.183	.284	.669	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 Ukuran	Pearson Correlation	-.12	1	.012	.170	.087	-.19	.326	.519**
	Sig. (2-tailed)	.529		.950	.370	.646	.302	.079	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 Aroma	Pearson Correlation	.063	.012	1	-.24	.244	-.22	.259	.306
	Sig. (2-tailed)	.740	.950		.196	.194	.241	.167	.100
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 Rasa	Pearson Correlation	.433*	.170	-.24	1	.130	-.03	.283	.536**
	Sig. (2-tailed)	.017	.370	.196		.492	.876	.130	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 Cara Konsumsi	Pearson Correlation	.250	.087	.244	.130	1	-.41	.109	.425*
	Sig. (2-tailed)	.183	.646	.194	.492		.023	.565	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 Cara Konsumsi	Pearson Correlation	.202	-.19	-.22	-.03	-.413*	1	-.179	.011
	Sig. (2-tailed)	.284	.302	.241	.876	.023		.343	.953
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 Cara Konsumsi	Pearson Correlation	.082	.326	.259	.283	.109	-.17	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.669	.079	.167	.130	.565	.343		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.552**	.519**	.306	.536**	.425*	.011	.689*	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.100	.002	.019	.953	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Pasar Sei Sikambing

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1 (Warna)	23.70	7.666	.675	.534
P2 (Ukuran)	23.20	8.648	.497	.593
P3 (Aroma)	23.70	7.666	.675	.534
P4 (Rasa)	22.90	9.334	.445	.616
P5 (Cara Konsumsi)	23.33	9.333	.299	.640
P6 (Cara Konsumsi)	23.77	8.599	.145	.729
P7 (Cara Konsumsi)	25.00	8.966	.184	.688

### Lampiran 19. Uji Multikolinearitas Pasar Sei Sikambing

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.091	.066		-1.370	.183		
pendapatan	8.249E-9	.000	.055	1.517	.142	.532	1.880
JTK	-.006	.006	-.029	-.942	.355	.758	1.320
pendidikan	.003	.003	.025	.733	.470	.591	1.693
Harga	3.022E-5	.000	.994	33.687	.000	.814	1.228

a. Dependent Variable: permintaan

### Lampiran 20. Uji Heteroskedastisitas Pasar Sei Sikambing

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.001	4	.000	.760	.561 <sup>b</sup>
	Residual	.006	25	.000		
	Total	.007	29			

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), harga, jtk, pendapatan, pendidikan

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

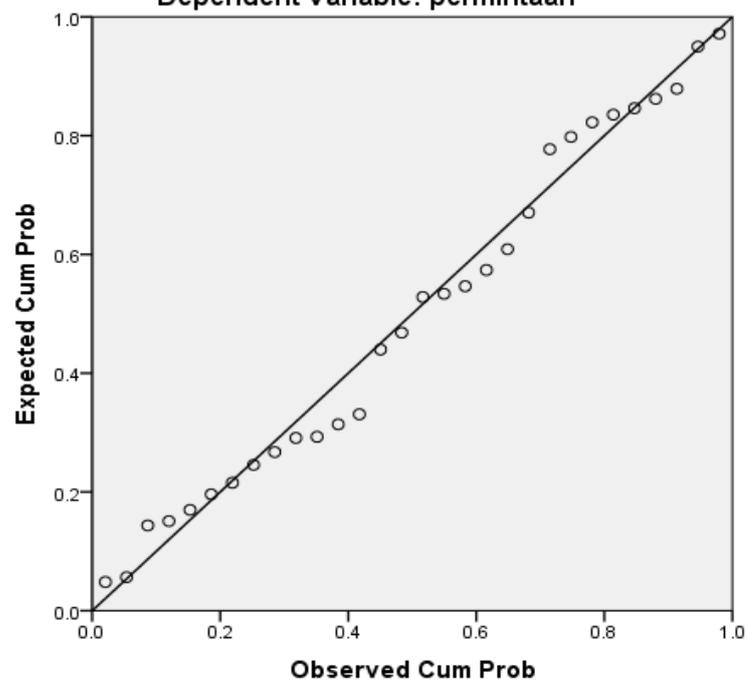
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.031	.031		1.023	.316
pendapatan	-4.245E-009	.000	-.323	-1.703	.101
jtk	.000	.003	.017	.082	.936
pendidikan	.001	.002	.079	.378	.709
harga	-8.634E-009	.000	-.008	-.040	.969

a. Dependent Variable: RES2

### Lampiran 21. Uji Normalitas Pasar Sei Sikambang

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: permintaan



## Lampiran 21. Hasil Regresi Linier Berganda

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	harga, jtk, pendapatan, pendidikan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: permintaan

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.997 <sup>a</sup>	.994	.994	.03110

a. Predictors: (Constant), harga, jtk, pendapatan, pendidikan

b. Dependent Variable: permintaan

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.351	4	1.088	1124.778	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.024	25	.001		
	Total	4.375	29			

a. Dependent Variable: permintaan

b. Predictors: (Constant), harga, jtk, pendapatan, pendidikan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.015	.060		-.251	.804
	pendapatan	-1.243E-009	.000	-.004	-.255	.800
	jtk	.003	.006	.008	.493	.626
	pendidikan	.006	.003	.030	1.810	.082
	harga	2.764E-005	.000	.991	64.929	.000

a. Dependent Variable: permintaan

### Lampiran 21. Hasil Uji Validitas Pasar Buah Tempuling

#### Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL
P1 Warna	Pearson Correlation	1	.585*	.484**	.300	.611*	.150	.420*	.788**
	Sig. (2-tailed)		.001	.007	.107	.000	.430	.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 Ukuran	Pearson Correlation	.585*	1	.379*	.231	.331	.315	.515*	.785**
	Sig. (2-tailed)	.001		.039	.220	.074	.090	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 Aroma	Pearson Correlation	.484*	.379*	1	.456*	.585*	.116	.330	.659**
	Sig. (2-tailed)	.007	.039		.011	.001	.542	.075	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 Rasa	Pearson Correlation	.300	.231	.456*	1	.587*	-.213	.350	.520**
	Sig. (2-tailed)	.107	.220	.011		.001	.258	.058	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 Cara Konsumsi	Pearson Correlation	.611*	.331	.585**	.587**	1	-.079	.167	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.074	.001	.001		.677	.376	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 Cara Konsumsi	Pearson Correlation	.150	.315	.116	-.213	-.079	1	.308	.421*
	Sig. (2-tailed)	.430	.090	.542	.258	.677		.098	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 Cara Konsumsi	Pearson Correlation	.420*	.515*	.330	.350	.167	.308	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.021	.004	.075	.058	.376	.098		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.788*	.785*	.659**	.520**	.619*	.421*	.726*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.020	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 22. Hasil Uji Reliabilitas Pasar Buah Tempuling**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1 Warna	22.70	11.045	.646	.681
P2 Ukuran	22.47	11.085	.640	.682
P3 Aroma	22.10	14.231	.570	.721
P4 Rasa	21.70	14.286	.362	.746
P5 Cara Konsumsi	22.00	14.207	.511	.726
P6 Cara Konsumsi	22.73	14.478	.183	.792
P7 Cara Konsumsi	23.70	11.734	.560	.704

### Lampiran 23. Uji Multikolinearitas Pasar Buah Tempuling

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.091	.066		-1.370	.183		
Pendapatan	8.249E-009	.000	.055	1.517	.142	.532	1.880
1 jtk	-.006	.006	-.029	-.942	.355	.758	1.320
pendidikan	.003	.003	.025	.733	.470	.591	1.693
harga	3.022E-005	.000	.994	33.687	.000	.814	1.228

a. Dependent Variable: permintaan

### Lampiran 24. Uji Heteroskedastisitas Pasar Buah Tempuling

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.001	4	.000	2.048	.118 <sup>b</sup>
	Residual	.004	25	.000		
	Total	.006	29			

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), harga, jtk, pendidikan, Pendapatan

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

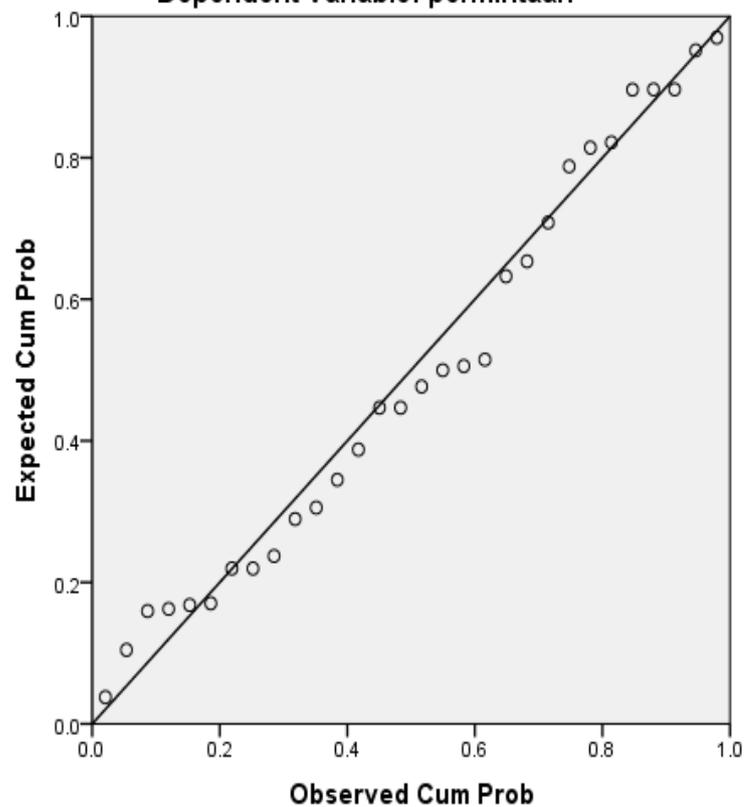
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.054	.033		-1.645	.112
1					
Pendapatan	1.444E-009	.000	.128	.539	.595
jtk	-.001	.003	-.049	-.243	.810
pendidikan	.003	.002	.335	1.481	.151
harga	9.252E-007	.000	.402	2.091	.047

a. Dependent Variable: RES2

### Lampiran 25. Uji Normalitas Pasar Tempeling

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: permintaan



## Lampiran 26. Hasil Regresi Linier Berganda Pasar Buah Tempuling

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	harga, jtk, pendidikan, Pendapatan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: permintaan

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.991 <sup>a</sup>	.982	.979	.02717

a. Predictors: (Constant), harga, jtk, pendidikan, Pendapatan

b. Dependent Variable: permintaan

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.023	4	.256	346.439	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.018	25	.001		
	Total	1.042	29			

a. Dependent Variable: permintaan

b. Predictors: (Constant), harga, jtk, pendidikan, Pendapatan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.091	.066		-1.370	.183
	Pendapatan	8.249E-009	.000	.055	1.517	.142
	jtk	-.006	.006	-.029	-.942	.355
	pendidikan	.003	.003	.025	.733	.470
	harga	3.022E-005	.000	.994	33.687	.000

a. Dependent Variable: permintaan