

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
PERMINTAAN SUSU KUDA (STUDI KASUS : DESA  
GONGSOL, KECAMATAN MERDEKA, KABUPATEN KARO)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**ARYA YOGI PRATAMA  
NPM : 1204300205  
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
PERMINTAAN SUSU KUDA (STUDI KASUS : DESA  
GONGSOL, KECAMATAN MERDEKA, KABUPATEN KARO)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**ARYA YOGI PRATAMA  
NPM : 1204300205  
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**

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

**Komisi pembimbing**

**Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si  
Ketua**

**Sasmita Siregar, S.P., M.Si  
Anggota**

**Disahkan oleh :  
Dekan,**

**Ir. Alridiwirsah, M.M**

**Tanggal Lulus 27-04-2017**

## RINGKASAN

**Arya Yogi Pratama (1204300205)** dengan judul : **Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Susu Kuda (Studi Kasus : Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo)**. Penelitian ini dibimbing oleh **Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si** dan **Ibu Sasmita Siregar, S.P., M.Si**.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap permintaan susu kuda dilihat dari umur, pekerjaan, jenis kelamin, kebersihan dan kandungan gizi, kemudian untuk mengetahui pengaruh harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap permintaan susu kuda. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara *Purposive* (sengaja). Metode penarikan sampel ditentukan dengan *Sampling Insidental*.

Perilaku konsumen dilihat dari umurnya didapatkan hasil bahwa responden membeli susu kuda paling banyak untuk dikonsumsi oleh orang dewasa. Perilaku konsumen dilihat dari pekerjaannya dapat diketahui bahwa responden membeli susu kuda tidak dipengaruhi oleh pekerjaannya, responden membeli susu kuda hanya untuk menyembuhkan penyakit. Perilaku konsumen dilihat dari jenis kelamin didapatkan hasil bahwa konsumen paling banyak membeli susu kuda untuk dikonsumsi oleh laki-laki dan dari hasil tersebut juga dapat diketahui pembelian susu kuda untuk perempuan juga cukup banyak. Perilaku konsumen dilihat dari kebersihan susu kuda didapatkan hasil bahwa kebersihan tidak mempengaruhi kesegaran, ketahanan penyimpanan dan kandungan nutrisi susu kuda. Perilaku konsumen dilihat dari kandungan gizinya didapatkan hasil bahwa konsumen membeli susu kuda karena mengetahui manfaat dan sudah merasakan manfaatnya bagi kesehatan, semua responden mengetahui manfaat susu kuda dari saudara atau temannya dan tidak ada satupun responden yang mengetahui kandungan nutrisi susu kuda.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan (serempak) jumlah permintaan susu kuda dipengaruhi oleh harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan sebesar 82,0 % selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 18,0%. Hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai Multiple R sebesar 0,905 yang mengartikan bahwa secara menyeluruh ada hubungan yang erat antara harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap permintaan susu kuda sebesar 90,5%. Hal ini didukung oleh nilai F-hitung  $28,383 > F\text{-tabel } 2,759$  pada taraf kepercayaan 95% ( $\alpha 0,05$ ), dengan demikian  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Secara parsial, variabel pendapatan dan tingkat pendidikan berpengaruh nyata dengan tingkat kepercayaan 95%, sedangkan variabel harga dan jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata dengan tingkat kepercayaan 95%.

## **RIWAYAT HIDUP**

Arya Yogi Pratama dilahirkan di Bukit Lawang, pada tanggal 22 Mei 1995. Anak pertama dari tiga bersaudara. Ayahanda bernama Seger Susanto dan Ibunda bernama Nurliana. Dengan alamat Dusun VII Bukit Lawang, Kelurahan Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bohorok, Kabupaten Langkat.

Jenjang Pendidikan yang telah ditempuh penulis :

1. SD YPIS Maju Binjai.
2. SMP Negeri 11 Binjai.
3. SMK Putra Anda Binjai.
4. Pada tahun 2012 diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Tahun 2012 mengikuti Masa Orientasi Program Studi Dan Pengenalan Kampus (OSPEK) dan Masa Ta'aruf (MASTA) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Tahun 2015 melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara III Unit Kebun Sisumut pada bulan Januari sampai Februari.
7. Melaksanakan penelitian skripsi dengan judul skripsi “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Susu Kuda (Studi kasus : Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo)”.

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata 1 (S1) pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Melihat fenomena yang terjadi di lapangan, mengenai kegiatan pembelian susu kuda dilapangan sehingga penulis tertarik untuk meneliti.

Adapun judul skripsi ini adalah **“Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Susu Kuda”**.

Ibarat pepatah “tak ada gading yang tak retak” penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, kritik dan saran masih sangat diperlukan untuk menjadi bagian dari kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>i</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>ix</b>
Perumusan Masalah.....	6
Tujuan Penelitian .....	6
Kegunaan Penelitian.....	7
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
Landasan Teori.....	8
Teori Perilaku Konsumen.....	9
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	10
Teori Permintaan.....	18
Penelitian Terdahulu .....	20
Kerangka Pemikiran.....	21
<b>METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
Metode Penelitian.....	24
Metode Penentuan Daerah Penelitian .....	24
Metode Penarikan Sampel.....	24

Metode Pengumpulan Data.....	25
Metode Analisis Data .....	25
Definisi Dan Batasan Operasional .....	28
<b>DESKRIPSI UMUM WILAYAH PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
Letak dan luas daerah penelitian.....	29
Keadaan penduduk.....	30
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
Karakteristik Responden .....	33
Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Susu Kuda.....	34
Pengaruh Harga, Jumlah Tanggungan, Tingkat Pendidikan Dan Pendapatan Terhadap Permintaan Susu Kuda.....	39
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>43</b>
Kesimpulan.....	43
Saran.....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>45</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>47</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Data Populasi Kuda Di Provinsi Sumatera Utara Per Kabupaten Tahun 2013 .....	4
2.	Data Populasi Kuda Di Kabupaten Tanah Karo Per Kecamatan Tahun 2013 .....	5
3.	Opsi Jawaban Skala Likert .....	25
4.	Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Gongsol.....	30
5.	Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia Di Desa Gongsol .....	30
6.	Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Kewarganegaraan .....	31
7.	Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian .....	31
8.	Karakteristik Responden .....	33
9.	Perilaku Konsumen Dari Variabel Umur .....	34
10.	Perilaku Konsumen Dari Variabel Pekerjaan .....	35
11.	Perilaku Konsumen Dari Variabel Jenis Kelamin .....	36
12.	Perilaku Konsumen Dari Variabel Kebersihan.....	47
13.	Perilaku Konsumen Dari Variabel Kandungan Gizi.....	48
14.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	49



## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Skema kerangka pemikiran .....	23

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Karakteristik Responden .....	47
2.	Variabel Umur .....	48
3.	Variabel Pekerjaan .....	49
4.	Variabel Jenis Kelamin .....	50
5.	Variabel Kebersihan.....	51
6.	Variabel Kandungan Gizi .....	52
7.	Variabel Kandungan Gizi .....	53
8.	Jumlah Permintaan Susu Kuda/Bulan.....	54
9.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	55

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Sejalan dengan pertambahan penduduk yang cepat dan meningkatnya taraf hidup masyarakat serta kesadaran akan gizi menyebabkan permintaan akan makanan bergizi terutama protein asal hewan semakin meningkat. Protein hewani merupakan zat makanan yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan manusia, salah satu sumbernya adalah susu. Susu merupakan salah satu sumber protein hewani yang dibutuhkan untuk kesehatan dan pertumbuhan manusia, karena susu mengandung nilai gizi berkualitas tinggi sebagai bahan makanan, susu mengandung gizi yang tinggi karena mengandung unsur-unsur gizi yang dibutuhkan oleh tubuh seperti kalsium, phospor, vitamin A, vitamin B dan riboflavin yang tinggi. (Astawan, 1989).

Susu tidak hanya dari sapi, tapi juga dari beberapa hewan mamalia lainnya yang dihasilkan melalui peternakan susu. Susu dari jenis hewan ternak selain sapi diantaranya : susu domba, susu kambing, susu kuda, susu kerbau, susu keledai, susu unta termasuk unta di Amerika Selatan seperti ilama, susu yak. Susu kuda dan susu keledai mengandung lemak sekitar 50% lebih rendah dari susu sapi. (Wikipedi, 2007).

Keberadaan kuda sebagai ternak yang mampu menghasilkan susu kurang dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia, namun di beberapa negara seperti mongolia dan negara-negara di Asia Tengah susu kuda banyak dikonsumsi oleh masyarakatnya. Masyarakat luas lebih mengenal susu sapi untuk dikonsumsi dari pada susu kuda. Susu kuda kurang dikenal masyarakat bukan hanya karena kurang terbiasa namun dikarenakan juga jumlah produksi susu yang lebih rendah dari

pada susu sapi. Jika ditinjau dari nilai gizi yang dimiliki susu kuda tidak kalah dengan susu sapi. Susu kuda memiliki kandungan nutrisi yang mudah dicerna tubuh.

Sebelumnya peredaran susu kuda sempat dilarang oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) karena promosi susu ini bersifat menyesatkan dan khasiatnya meragukan karena belum diuji coba secara klinis. Namun semua itu terbantahkan berkat penelitian Diana Hermawati (2005) dari tesisnya yang berjudul “Kajian Aktivitas dan Karakterisasi Senyawa Antimikroba dari Susu Kuda Sumbawa” disimpulkan bahwa susu kuda mempunyai keistimewaan yaitu tidak mengalami penggumpalan dan kerusakan meskipun tidak dipasteurisasi dan tanpa diberi bahan pengawet apapun, serta tahan disimpan pada suhu kamar sampai 5 bulan. Sifat ini memberi petunjuk bahwa dalam susu kuda terkandung zat yang dapat menghambat pertumbuhan atau membunuh bakteri yang diduga senyawa antibakteri alami. (Utami, 2011).

Sebenarnya susu kuda tidak kalah nilai gizinya jika dibandingkan dengan susu sapi, susu kambing dan susu unta yang telah banyak beredar dipasaran, tetapi karena faktor kebiasaan dan ketersediaannya serta ketidaktahuan masyarakat tentang susu kuda, maka susu sapi dan jenis-jenis susu yang lain lebih menonjol dipasaran dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Susu kuda bagus untuk pencernaan karena memiliki rantai protein yang lebih mudah dicerna oleh tubuh. Susu kuda berwarna putih serta beraroma khas.

Protein dalam susu kuda lebih tinggi dibandingkan dengan susu sapi sebagai alternatif tambahan air susu ibu (ASI) bagi bayi dalam masa pertumbuhan dan untuk kecerdasan otak. Rantai protein pada susu kuda lebih

pendek dibandingkan dengan yang ada pada susu sapi sehingga mudah dicerna bayi. Secara umum, kandungan protein pada susu sapi sebanyak 17,35% dan pada susu kuda 17,52%. (Utami, 2011).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2015 di Indonesia propinsi dengan populasi kuda terbanyak adalah Sulawesi Selatan, dengan jumlah populasi kuda sebanyak 181.220 ekor, diikuti Nusa Tenggara Timur dengan populasi kuda sebanyak 113.145 ekor dan Nusa Tenggara Barat dengan populasi kuda sebanyak 70.557 ekor.

Populasi kuda di Sumatera Utara pada tahun 2013 sebanyak 503 ekor dan kabupaten dengan populasi kuda terbanyak di Sumatera Utara adalah Kabupaten Karo dengan populasi kuda sebanyak 180 ekor kuda. Data populasi kuda di Sumatera Utara dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

**Tabel 1. Data populasi kuda di provinsi sumatera utara perkabupaten tahun 2013**

Kabupaten kota	Ternak kuda (2013)
Nias	0
Mandailing Natal	0
Tapanuli Selatan	2
Tapanuli Tengah	0
Tapanuli Utara	38
Toba Samosir	4
Labuhan Batu	0
Asahan	0
Simalungun	42
Dairi	17
<b>Karo</b>	<b>180</b>
Deli Serdang	54
Langkat	5
Nias Selatan	9
Humbang Hasundutan	86
Pakpak Barat	0
Samosir	53
Serdang Berdagai	0
Batu Bara	0
Padang Lawas Utara	2
Padang Lawas	0
Labuhan Batu Selatan	0
Labuhan Batu Utara	0
Nias Utara	0
Nias Barat	0
Kota Sibolga	0
Kota Tanjung Balai	0
Kota Pematang Siantar	0
Kota Tebing Tinggi	0
Kota Medan	7
Kota Binjai	4
Kota Padang Sisimpuan	0
Kota Gunung Sitoli	0
<b>Provinsi Sumatera Utara</b>	<b>503</b>

*Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara (Statistics of North Sumatera Province )2013.*

Di Kabupaten Karo terdapat 17 kecamatan dan kecamatan dengan populasi kuda terbanyak berada di Kecamatan Brastagi dengan populasi kuda sebanyak 115 ekor dan di Kecamatan Merdeka sebanyak 47 ekor. Populasi kuda di Kabupaten Karo dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

**Tabel 2. Data populasi kuda di Kabupaten Karo perkecamatan tahun 2013**

Kecamatan	Populasi Ternak Kuda (2013)
Mardingding	1
Laubaleng	0
Tiga Binanga	0
Juhar	0
Munte	0
Kutabuluh	0
Payung	0
Tiganderket	0
Simpang Empat	0
Naman Teran	4
<b>Merdeka</b>	<b>47</b>
Kabanjahe	0
<b>Berastagi</b>	<b>115</b>
Tiga Panah	12
Dolok Rayat	0
Merek	1
Barusjahe	0
<b>Karo</b>	<b>180</b>

*Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara (Statistics Of North Sumatera Province) 2013.*

Berdasarkan data diatas, dari 17 kecamatan yang ada di Kabupaten Karo hanya 6 kecamatan yang memiliki populasi kuda. Kecamatan Merdeka di Sumatera Utara dikenal sebagai daerah dengan iklim yang sejuk dengan udara khas pegunungan. Merdeka adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Karo, terkenal dengan hasil bumi, seperti sayur dan buah. Di daerah Kecamatan Merdeka terdapat tempat-tempat untuk berekreasi. Salah satu destinasi wisatanya adalah Gundaling, di daerah Gundaling tidak hanya menyajikan pemandangan yang indah tetapi juga banyak terlihat kuda –kuda yang disewakan untuk

ditunggangi dan untuk menarik delman. Kuda tersebut juga diambil susunya, susu kuda memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Di daerah Gundaling terdapat warung yang menjual susu kuda. Susu kuda tersebut dijual dengan harga Rp. 200.000/liter, dengan banyaknya manfaat susu kuda untuk kesehatan tentu saja tidak jadi masalah untuk konsumen membelinya. Peneliti merasa tertarik untuk meneliti seperti apa perilaku konsumen terhadap permintaan susu kuda di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang dikemukakan pada latar belakang penelitian, penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai arah terhadap penelitian yang dilakukan. Adapun permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat perilaku konsumen terhadap permintaan susu kuda ?
2. Bagaimana pengaruh harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap permintaan susu kuda ?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya maka tujuan peneliti ini yaitu :

1. Untuk menganalisis tingkat perilaku konsumen terhadap permintaan susu kuda.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap permintaan susu kuda.



### **Kegunaan Penelitian**

1. Sebagai sumber informasi dan referensi bagi para peneliti lain terutama dalam penelitian yang serupa di waktu yang akan datang.
2. Sebagai tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

Kuda (*equus caballus* atau *equus ferus caballus*) adalah sepuluh spesies modern mamalia dari genus equus. Hewan ini telah lama merupakan salah satu hewan peliharaan yang penting secara ekonomis dan historis dan telah memegang peranan penting dalam pengangkutan orang dan barang selama ribuan tahun. (Wikipedia, 2010).

Kuda (*equus caballus*) memiliki klasifikasi :

Kerajaan : animalia  
Filum : chordata  
Kelas : mamalia  
Ordo : perissodactyla  
Family : equidae  
Genus : equus  
Spesies : *equus caballus* (Wikipedia, 2010).

Kuda asli Indonesia adalah kuda mongol. Kuda mongol sendiri adalah keturunan dari kuda *prewalskii* yang ditemukan pada tahun 1879 di Asia Tengah yang penyebarannya sampai ke wilayah Asia Tenggara. Asal usul kuda Indonesia sangat panjang, dimulai pada abad ke-7 masehi pada masa kerajaan Hindu Budha di Jawa dan Sumatera. Diperkirakan kuda Indonesia berasal dari Asia Selatan yang dibawa oleh pedagang dan pemuka agama Hindi Budha, kuda-kuda tersebut keturunan kuda mongol dan persilangan antara kuda mongol dan kuda pegunungan himalaya. Selanjutnya pada abad ke-13 tentara Khubilai Khan dari dataran Tiongkok datang ke Jawa Timur dengan membawa kuda mongol.

Kuda lokal di Indonesia pada awalnya ada 2 jenis, yaitu kuda Batak dan kuda Sandel (Sandelwood). Kuda batak hidup di datara tinggi Tapanuli (Sumatera Utara). Kuda sandel atau kuda timor terdapat dibagian wilayah Indonesia bagian Timur. Pada tahun 1920 terdapat 15 jenis kuda di Indonesia yaitu : Makasar, Gorontalo, Minahasa, Sumba, Sumbawa, Bima, Flores, Savoe, Roti atau Kosi, Timor, Sumatera, Jawa, Bali, Lombok dan Kuningan. (Diana Hermawati, 2005).

### **Teori Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi (Kotler dan Keller, 2009).

Menurut Kotler dan Keller (2009), periset pemasaran telah mengembangkan “model tingkat” proses keputusan pembelian konsumen melalui lima tahap : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

#### 1. Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal dan eksternal.

#### 2. Pencarian informasi

Ternyata konsumen sering mencari jumlah informasi yang terbatas. Kita dapat membedakan dua tingkat keterlibatan dengan pencarian. Keadaan pencarian yang lebih rendah disebut perhatian tajam, pada tingkat ini seseorang hanya menjadi lebih reseptif terhadap informasi tentang sebuah produk. Pada tingkat

berikutnya, seseorang dapat memasuki pencarian informasi aktif, mencari bahan bacaan, menelepon teman, melakukan kegiatan online dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tersebut.

### 3. Evaluasi alternatif

Beberapa konsep dasar yang akan membantu kita memahami proses evaluasi : pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini.

### 4. Keputusan pembelian

Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima subkeputusan : merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran.

### 5. Perilaku pascapembelian

Setelah pembelian konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal yang menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Komunikasi pemasaran seharusnya memasok keyakinan dan evaluasi yang memperkuat pilihan konsumen dan membantunya merasa nyaman tentang merek tersebut.

## **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler dan Keller (2009) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

## 1. Faktor budaya

### a. Budaya

Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Melalui keluarga dan institusi utama lainnya, seorang anak yang tumbuh di Amerika Serikat terpapar oleh nilai-nilai berikut : pencapaian dan keberhasilan, aktifitas, efisiensi dan kepraktisan, proses, kenyamanan materi, individualisme, kebebasan, kenyamanan eksternal, humanitarianisme dan jiwa muda. Seorang anak yang tumbuh di negara lain mungkin mempunyai pandangan yang berbeda tentang diri sendiri, hubungan dengan orang lain dan ritual. Pemasar harus benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap negara untuk memahami cara terbaik memasarkan produk lama mereka dan mencari peluang untuk produk yang baru.

### b. Subbudaya

Setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya (*subculture*) yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. Ketika subbudaya tumbuh besar dan cukup kaya, perusahaan sering merancang program pemasaran khusus untuk melayani mereka.

### c. Kelas Sosial

Hampir seluruh kelompok manusia mengalami *stratifikasi sosial* seringkali dalam bentuk kelas sosial, divisi yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, tersusun secara hirarki dan mempunyai anggota yang berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama.

## 2. Faktor sosial

### a. Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Jika pengaruh kelompok referensi kuat, pemasar harus menentukan cara untuk menjangkau dan mempengaruhi pemimpin opini kelompok. Pemimpin opini adalah orang yang menawarkan nasihat atau informasi informal tentang produk atau kategori produk tertentu. Pemasar berusaha menjangkau pemimpin opini dengan mengidentifikasi karakteristik demografis dan psikografis, mengidentifikasi media yang mereka baca dan mengarahkan pesan kepada mereka.

### b. Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.

### c. Peran dan status

Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok, keluarga, klub dan organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu mengidentifikasi norma perilaku. Kita dapat mengidentifikasi seseorang dalam kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang. Setiap peran menyandang status. orang memilih produk yang mencerminkan dan mengkomunikasikan peran mereka serta status aktual dan status yang diinginkan

dalam masyarakat. Pemasar harus menyadari potensi simbol status dari produk dan merek.

### **3. Faktor pribadi**

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan status ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta gaya hidup dan nilai. Karena banyak dari karakteristik ini yang mempunyai dampak yang sangat langsung terhadap perilaku konsumen, penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka secara seksama.

#### **a. Usia dan tahap siklus hidup**

Selera kita dalam makanan, pakaian, perabot dan rekreasi sering berhubungan dengan usia kita. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah, usia serta jenis kelamin orang dalam rumah tangga dalam satu waktu tertentu. Pemasar juga harus memperhitungkan kejadian atau transisi hidup yang penting, pernikahan, kelahiran, sakit, pindah tempat, perceraian, perubahan karir, menjadi janda akan memunculkan kebutuhan baru.

#### **b. Pekerjaan dan keadaan ekonomi**

Pekerjaan juga mempengaruhi pola konsumsi. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerja yang mempunyai minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka dan bahkan mengantarkan produk khusus untuk kelompok pekerja tertentu. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi : penghasilan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan aset, utang, kekuatan pinjaman dan sikap terhadap pengeluaran dan tabungan. Pemasar dapat mengambil langkah untuk merancang, memposisikan dan menentukan kembali harga produk mereka atau memperkenalkan atau meningkatkan penekanan atas

merek diskon sehingga perusahaan dapat terus menawarkan nilai kepada pelanggan sasaran.

c. Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang mempunyai karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Yang dimaksudkan kepribadian adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan. Kepribadian juga dapat menjadi variabel yang berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Idenya bahwa merek juga memiliki kepribadian dan konsumen mungkin akan memilih merek yang kepribadiannya sesuai dengan mereka.

d. Gaya hidup dan nilai

Orang-orang dari subbudaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang cukup berbeda. Sebagian gaya hidup terbentuk oleh keterbatasan uang dan keterbatasan waktu konsumen. Perusahaan yang bertujuan melayani konsumen dengan keuangan terbatas akan menciptakan produk dan jasa murah. Konsumen dengan keterbatasan waktu cenderung melakukan dua atau lebih pekerjaan dalam waktu yang sama. Mereka juga membayar orang untuk mengerjakan tugas karena waktu lebih penting dari pada uang. Perusahaan yang bertujuan melayani mereka akan menciptakan produk dan jasa yang nyaman bagi kelompok ini.



#### 4. Proses psikologis

Tugas pemasar adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen antara kedatangan rangsangan pemasaran dari luar dan keputusan pembelian akhir. Empat proses psikologis : motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori mempengaruhi respon konsumen secara fundamental.

##### a. Motivasi

Kebutuhan menjadi motif ketika kebutuhan itu meningkat sampai tingkat intensitas yang cukup sehingga mendorong kita bertindak. Salah satu teori dari Sigmund Freud mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis yang membentuk perilaku seseorang sebagian besar adalah ketidaksadaran dan bahwa seseorang tidak dapat memahami secara penuh motivasinya sendiri.

##### b. Persepsi

Dalam pemasaran, persepsi lebih penting dari pada realitas, karena persepsi konsumen mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga hubungan pada rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita.

##### c. Pembelajaran

Ketika kita bertindak, kita belajar. Pembelajaran mendorong perubahan dalam perilaku kita yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia dipelajari meskipun sebagian besar pembelajaran itu tidak sengaja. Ahli teori pembelajaran percaya bahwa pembelajaran dihasilkan melalui interaksi

dorongan, rangsangan, pertanda, respon dan penguatan. Teori pembelajaran mengajarkan pemasar bahwa mereka dapat membangun permintaan untuk sebuah produk dengan mengasosiasikannya dengan dorongan yang kuat, menggunakan pertanda yang memotivasi dan menyediakan penguatan yang positif.

#### d. Memori

Memori adalah proses yang sangat konstruktif, karena kita dapat mengingat informasi dan kejadian secara lengkap dan akurat. Sering kita mengingat beberapa keping dan potongan dan mengisi sisanya berdasarkan hal lain yang kita ketahui. Semua informasi dan pengalaman yang kita hadapi ketika kita menjalani hidup dapat berakhir dimemori jangka panjang kita.

Kita dapat menganggap pemasaran sebagai cara untuk memastikan bahwa konsumen mendapat jenis pengalaman produk dan jasa yang tepat untuk menciptakan struktur pengetahuan merek yang tepat dan mempertahankan merek tersebut dalam memori.

Dalam penelitian ini ada beberapa faktor yang digunakan dan mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu :

#### 1. Internal

##### a. Umur

Selera kita dalam makanan, pakaian, perabot dan rekreasi sering berhubungan dengan usia kita. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah, usia serta jenis kelamin orang dalam rumah tangga dalam satu waktu tertentu. Pemasar juga harus memperhitungkan kejadian atau transisi hidup yang penting, pernikahan, kelahiran, sakit, pindah tempat, perceraian, perubahan karir, menjadi janda akan memunculkan kebutuhan baru.

### b. Pekerjaan

Pekerjaan juga mempengaruhi pola konsumsi. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerja yang mempunyai minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka dan bahkan mengantarkan produk khusus untuk kelompok pekerja tertentu. (Kotler dan Keller, 2002).

### c. Jenis kelamin

Selama ini orang mengenal dan menerapkan ciri-ciri dan peran tertentu bagi pria dan wanita. Pemasangan iklan sampai sekarang pun masih menonjolkan peran yang berhubungan dengan jenis kelamin dan memang selera konsumen sering dipengaruhi oleh faktor-faktor peran yang berhubungan dengan jenis kelamin. (Ristiyanti Prasetyo dan John J.O.I Ihalauw, 2005).

## 2. Eksternal

### a. Kebersihan

Menurut Aritonang (2005) didalam menentukan kepuasan pelanggan, faktor kebersihan memiliki pengaruh yang sangat besar sekali, karena pelanggan dimana pun memiliki keinginan yang sama dimana makanan yang dia makan, yang memasak, bahan masakan, pengolahan serta tempatnya harus benar-benar bersih.

### b. Kandungan gizi

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Angelo Shine, Seamus O'Reilly dan Kathleen O'Sullivan (1997) diketahui bahwa 88% responden membaca label nutrisi, menggunakan label tersebut sebagai bahan pertimbangan atau evaluasi produk makanan. Dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa kandungan gizi menjadi salah satu acuan konsumen dalam membeli suatu produk.

## **Teori Permintaan**

Sumarno (2007) menyatakan bahwa permintaan adalah jumlah barang yang diminta konsumen pada suatu waktu yang didukung oleh daya beli. Yang dimaksud daya beli adalah kemampuan konsumen untuk membeli sejumlah barang yang diinginkan, yang biasanya dinyatakan dalam bentuk uang. Namun demikian daya beli tersebut juga relatif terbatas seperti halnya sumber-sumber ekonomi lainnya. Hukum permintaan menyatakan bahwa apabila harga suatu barang naik, maka kuantitas/jumlah barang yang diminta/dibeli oleh konsumen akan turun dan sebaliknya jika harga turun maka jumlah permintaan terhadap barang tersebut akan naik, dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap perunit waktu.

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan : makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. (Sukirno, 2009).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan, yaitu :

### 1. Harga barang itu sendiri

Sesuai dengan hukum permintaan hubungan antara harga barang dan jumlah barang yang diminta adalah negatif. Bila harga naik maka permintaan akan turun, sebaliknya bila harga turun maka permintaan akan naik dengan asumsi *ceteris paribus*. Dengan demikian perubahan harga terhadap permintaan mempunyai arah yang berkebalikan. (Pracoyo, 2006).

## 2. Jumlah tanggungan

Jumlah tanggungan akan mempengaruhi jumlah permintaan, makin banyak jumlah tanggungan maka jumlah permintaan akan meningkat. Hal ini berkaitan dengan usaha pemenuhan akan kecukupan kebutuhan setiap individu yang ada di suatu tempat.

Permintaan berhubungan positif dengan jumlah tanggungan. Pertambahan jumlah tanggungan/penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi biasanya pertambahan jumlah tanggungan/penduduk diikuti oleh perkembangan kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat, pertambahan daya beli ini akan menambah permintaan. (Sukirno, 2009).

## 3. Tingkat pendidikan

Pembelanjaan menggambarkan perubahan dan tingkah laku individual yang muncul dari proses pendidikan yang dijalani (pengalaman). Pendidikan seseorang sangat mempengaruhi pilihannya. Apabila pendidikan konsumen tinggi maka akan lebih memilih barang dengan kualitas baik. Tingkat pendidikan dapat dilihat dari pendidikan terakhir konsumen.

## 4. Pendapatan

Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat. Tinggi/rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan. Pendapatan yang lebih rendah berarti bahwa secara total hanya ada uang yang sedikit untuk dibelanjakan, sehingga masyarakat akan membelanjakan sedikit uang untuk beberapa atau mungkin pula terhadap sebagian

besar barang. Jika permintaan terhadap suatu barang berkurang ketika pendapatan berkurang, barang tersebut dinamakan barang normal (*normal good*).

Hubungan antara pendapatan dengan jumlah barang yang diminta adalah positif, bila pendapatan seseorang/masyarakat meningkat maka akan meningkatnya permintaan terhadap suatu barang. Ini terjadi bila barang yang dimaksud adalah barang berkualitas tinggi maka dengan adanya kenaikan pendapatan, konsumen justru akan mengurangi permintaan akan barang tersebut. (Pracoyo, 2006).

### **Penelitian Terdahulu**

Ratri Mahardikaningtyas, Bambang Ali Nugroho dan Budi Hartono “Prilaku Konsumen Terhadap Pembelian Susu UHT (Ultra High Temperature) Di Giant Hipermarket Kota Malang”. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 65 responden dan responden laki-laki sebanyak 35 orang. Responden perempuan lebih banyak karena perempuan lebih dominan sebagai pelaku pembelian. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa dari 100 responden, yang paling dominan berumur 21-25 tahun terdapat 31 responden atau 31%. Responden dominan berumur 21-25 tahun karena kota tempat penelitian merupakan kota pendidikan sehingga umur 21-25 tahun dianggap sebagai umur mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di kota Malang.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa pendidikan yang paling dominan adalah responden yang sedang menempuh pendidikan S1 dan responden yang sudah menyelesaikan S1. Responden yang sedang menempuh pendidikan S1 paling dominan karena responden tersebut merupakan mahasiswa

yang sedang menempuh pendidikan di kota Malang. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa pekerjaan responden yang paling dominan adalah mahasiswa yaitu sebanyak 39 responden. Mendominasi pekerjaan responden dikarenakan di kota Malang sebagai kota pendidikan banyak didominasi oleh mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan, sehingga responden mahasiswa lebih dominan diantara responden yang lain. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa pendapatan responden yang paling dominan adalah pendapatan sebesar < 1.000.000 yaitu sebanyak 32 responden, jumlah pendapatan tersebut paling mendominasi diantara yang lain karena sebagian besar responden merupakan mahasiswa sehingga pendapatan dihitung dari uang saku yang diberikan oleh orang tua.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda dapat diketahui dengan metode uji F, dimana tingkat signifikansi yang diperoleh lebih kecil yaitu sebesar 0,000 dari standard signifikansi yakni 5% atau 0,05 dan perbandingan antara F hitung dengan F tabel, dimana F hitung sebesar 6,589 lebih besar dari pada F tabel yakni 3,95, maka dapat disimpulkan bahwa variabel merek, kemasan, kualitas susu, harga, rasa, kandungan gizi dan jaminan halal secara simultan mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

### **Kerangka Pemikiran**

Permintaan (demand) adalah jumlah barang yang diminta konsumen pada suatu pasar, sementara pasar adalah tempat terjadinya transaksi antara produsen dan konsumen atas barang-barang ekonomi. Sebagian ahli mengatakan bahwa pengertian permintaan adalah jumlah barang yang sanggup dibeli oleh para pembeli pada tempat dan waktu tertentu dengan harga yang berlaku pada saat itu.

Sedangkan sebagian ahli lainnya menyatakan permintaan digunakan untuk mengetahui hubungan jumlah barang yang dibeli oleh konsumen dengan harga alternatif untuk membeli barang yang bersangkutan dengan anggapan bahwa harga barang lainnya tetap.

Harga produk mempengaruhi permintaan. Bila harga produk semakin tinggi maka jumlah produk yang diminta akan semakin sedikit dan sebaliknya apabila harga semakin rendah, maka jumlah produk yang diminta akan semakin meningkat. Pendidikan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi besar kecilnya tingkat pembelian suatu produk. Karena pendidikan berkaitan dengan pengetahuan seseorang untuk menentukan keputusan dalam pembelian. Dari tingkat pendapatan konsumen juga merupakan alasan untuk permintaan produk. Tingkat perekonomian masyarakat juga merupakan faktor permintaan produk. Apabila pendapatan stabil, maka minat konsumen untuk mengkonsumsi produk akan bertambah sehingga permintaan produk juga terus meningkat. Jumlah tanggungan mempengaruhi permintaan, dimana semakin banyak jumlah tanggungan dalam keluarga konsumen maka jumlah permintaan semakin tinggi, sehingga jumlah tanggungan berpengaruh besar terhadap permintaan.

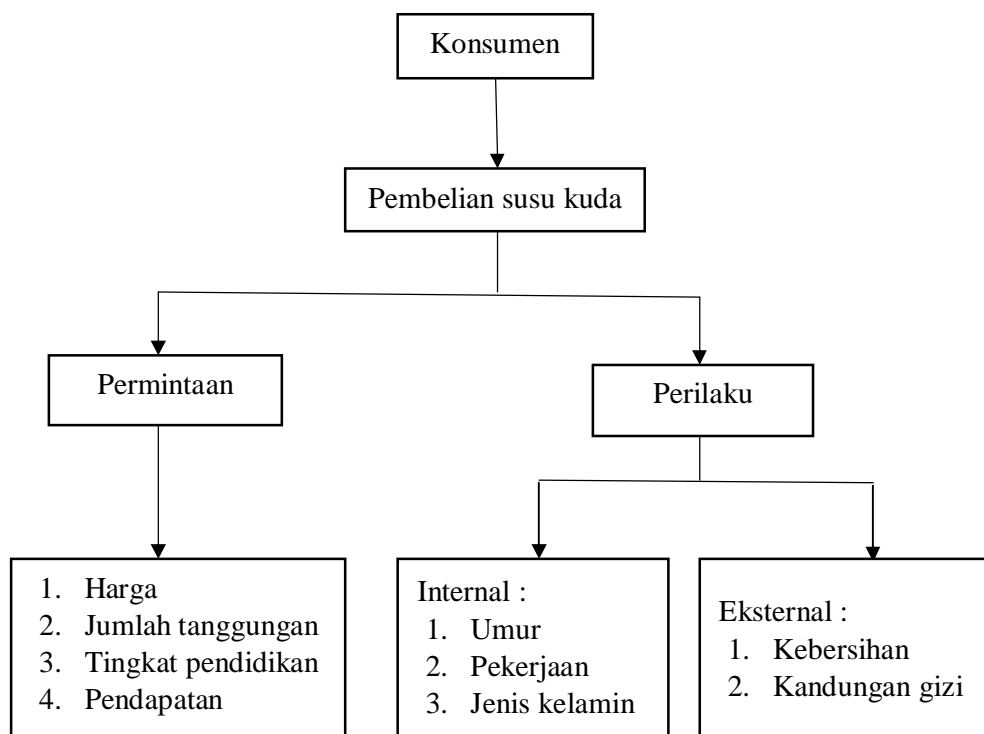
Prilaku konsumen sangat penting untuk diketahui dalam memasarkan suatu produk, agar pemasar dapat memasarkan produknya sesuai dengan kebutuhan konsumen. Prilaku konsumen yang akan datang menunjukkan kebosanan akan suatu produk lama dan menginginkan produk baru. Ketidakstabilan merupakan sifat pembeli mendatang yang mencerminkan ketidaksenangan konsumen.



Dalam melakukan pembelian susu kuda konsumen akan memiliki jenis perilaku. Berdasarkan hal tersebut dapat dibuat beberapa parameter perilaku antara lain : umur, pekerjaan, jenis kelamin, kebersihan dan kandungan gizi.

Dari penjelasan diatas, maka dapat digambarkan skema rangkaian pemikiran penelitian sebagai berikut :

### Skema Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Skema kerangka pemikiran

Keterangan :

—————> : Ada pengaruh

Hipotesis Penelitian

1. Ada pengaruh harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap permintaan susu kuda.

## METODELOGI PENELITIAN

### **Metode Penelitian**

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

### **Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo. Alasan dipilihnya daerah penelitian tersebut karena daerah penelitian tersebut merupakan sentra penjualan susu kuda di Sumatera Utara.

### **Metode Penentuan Sampel**

Sampel dalam penelitian ini adalah para konsumen susu kuda di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Sampling Insidental*. Karena menurut Sugiyono (2013) metode *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data yaitu konsumen yang membeli susu kuda. Misalnya menanyakan siapa saja yang dijumpai di daerah penelitian untuk meminta pendapat mereka tentang sesuatu, hal ini dikarenakan semua mempunyai kemungkinan untuk menjadi sampel dalam penelitian. Kriterianya adalah konsumen yang sedang membeli susu kuda dan sampel yang diambil sebanyak 30 orang.

### Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. Data sekunder diperoleh dari dinas-dinas terkait di daerah penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data dari para responden yang menjadi pembeli susu kuda. Jenis skala yang penulis gunakan pada angket untuk penelitian ini adalah skala likert berbentuk tabel, dengan opsi jawaban berupa :

**Tabel 3. Opsi Jawaban Skala Likert**

Skala	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

*Sugiono (2013).*

### Metode Analisis Data

Perumusan masalah pertama menggunakan analisis data deskriptif dengan menganalisis skor dan kriteria perilaku konsumen sehingga dapat menentukan perilaku konsumen.

Perumusan masalah kedua yaitu untuk mengetahui pengaruh harga, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan dan pendapatan terhadap permintaan Susu Kuda di analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan rumus :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Dimana :

Y = Jumlah Permintaan Susu Kuda (Liter)

a = Konstanta

x1 = Harga Susu Kuda (Rp/Liter)

x2 = Tingkat Pendidikan (Tahun)

x3 = Pendapatan (Rp/Bulan)

x4 = Jumlah Tanggungan (Jiwa)

b = Koefisien Regresi

e = Error

Pengambilan keputusan :

jika :  $T_{hit} < T_{tabel}$ , tolak  $H_1$ ; terima  $H_0$

$T_{hit} > T_{tabel}$ , terima  $H_1$ ; tolak  $H_0$

Kemudian untuk menguji kekuatan pengaruh faktor secara serempak digunakan uji F hitung dengan rumus :

$$F_{hit} = \frac{JK \text{ Reg} / K - 1}{JK \text{ Sisa} / n - 1}$$

Dimana :

JK Reg = jumlah kuadrat regresi

JK Sisa = jumlah kuadrat sisa

n = jumlah sampel

K = jumlah variabel

1 = konstanta

Menguji nilai F ini dilakukan kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika  $F_{hit} \leq F_{tabel}$ , maka terima  $H_0$  dan tolak  $H_1$

Jika  $F_{hit} \geq F_{tabel}$ , maka terima  $H_1$  dan tolak  $H_0$

Uji pengaruh parsial digunakan uji T dengan rumus :

$$T_{hit} = \frac{b_i}{Se(b_i)}$$

Dimana :

$B_i$  = koefisien regresi

$Se$  = simpangan baku

Dengan kriteria pengujian dapat dijelaskan sebagai berikut :

Jika  $T_{hit} \leq T_{tabel}$ , maka terima  $H_0$  dan tolak  $H_1$

Jika  $T_{hit} \geq T_{tabel}$ , maka terima  $H_1$  dan tolak  $H_0$

### **Definisi Dan Batasan Operasional**

1. Penelitian dilakukan di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo.
2. Responden adalah konsumen yang membeli susu kuda di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo.
3. Perilaku konsumen adalah hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian, yang meliputi : umur responden, pekerjaan responden, jenis kelamin responden, kebersihan susu kuda dan kandungan gizi susu kuda.
4. Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu, yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap pembelian susu kuda meliputi : harga susu kuda, jumlah tanggungan konsumen, tingkat pendidikan konsumen dan pendapatan konsumen.
5. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan/dibayar konsumen untuk memperoleh produk yang ditawarkan, yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
6. Jumlah tanggungan adalah jumlah yang ditanggung dalam keluarga dan hidup dari satu sumber pendapatan yang dinyatakan dalam satuan jiwa.
7. Tingkat pendidikan adalah suatu kondisi jenjang pendidikan yang dimiliki seseorang melalui pendidikan formal yang dinyatakan dalam satuan tahun.
8. Pendapatan adalah penghasilan responden perbulan yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
9. Produk yang diteliti Susu Kuda.

## DESKRIPSI UMUM WILAYAH PENELITIAN

### Letak Dan Luas Daerah Penelitian

#### a. Letak Daerah Penelitian

Secara geografi Desa Gongsol terletak disebelah Barat Ibu Kota Kecamatan merupakan bagian integral dari wilayah Kabupaten Karo dengan jarak dari Ibu Kota Kecamatan 1 km dan dari Ibu Kota Kabupaten  $\pm 12$  km, sedangkan Dari Ibu Kota Provinsi sekitar 63 km, dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Desa Jaranguda, Kecamatan Merdeka

Sebelah Timur : Kelurahan Gundaling I, Kecamatan Merdeka

Sebelah Selatan : Desa Merdeka, Kecamatan Merdeka Dan Kelurahan  
Gundaling I

Sebelah Barat : Desa Merdeka ,Kecamatan Merdeka

#### b. Luas Daerah Penelitian

##### 1. Luas Wilayah Desa 2,8 Km<sup>2</sup> Di Kecamatan Merdeka Yang Terdiri Dari :

a. Tanah Bukan Sawah :  $\pm 157$  Ha

b. Tanah Bukan Pertanian :  $\pm 123$  Ha

##### 2. Kondisi Geografi

a. Ketinggian Dari Permukaan Laut : 1431 mdpl

b. Banyaknya Curah Hujan : 135 mm/Tahun

c. Topografi (Dataran Rendah, Tinggi, Pantai) : Dataran Tinggi

d. Suhu Udara Rata-Rata : 16°C s/d 19°C

##### 3. Orbitasi (Jarak Dari Pusat Pemerintahan Desa) :

a. Jarak Dari Pemerintahan Kecamatan :  $\pm 1$  Km

b. Jarak Dari Ibu Kota Kabupaten :  $\pm 12$  Km

c. Jarak Dari Ibu Kota Provisi :  $\pm 63$  Km

d. Jarak Dari Ibu Kota Negara :  $\pm 2.021$  Km

### **Keadaan Pendudukan**

Penduduk Desa Gongsol berjumlah 2353 jiwa dengan jumlah kepala keluarga 527 KK. Secara terperinci keterangan mengenai penduduk Desa Gongsol dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Gongsol.**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	Laki-laki	1128	47,94 %
2	Perempuan	1225	52,06 %
	Jumlah	2353	100 %

*Sumber : Kantor Kepala Desa Gongsol, 2017.*

Dari Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa jumlah penduduk perempuan sebanyak 1225 (52,06 %) lebih banyak dari pada penduduk laki-laki sebanyak 1128 (47,94 %). Selain itu penduduk Desa Gongsol berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 5. Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia Di Desa Gongsol.**

No	Usia	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	0 – 03	197	8,37 %
2	04 – 06	170	7,23 %
3	07 – 12	264	11,22 %
4	13 – 15	218	9,26 %
5	16 – 18	273	11,60 %
6	19 tahun keatas	1231	52,32 %
	Jumlah	2353	100 %

*Sumber : Kantor Kepala Desa Gongsol, 2017.*

Dari Tabel 5 diatas dapat diketahui jumlah penduduk paling banyak berada diusia 19 tahun keatas dengan jumlah 1231 jiwa (52,32 %), sedangkan jumlah penduduk dengan jumlah terendah adalah usia 14 – 16 tahun dengan jumlah 170 jiwa (7,23 %).



Berikut ini jumlah penduduk Desa Gongsol berdasarkan kewarganegaraannya :

**Tabel 6. Distribusi Jumlah Penduduk Berdasarkan Kewarganegaraannya**

No	Jenis Kelamin	WNI		WNA	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	Laki-laki	1128	47,94 %	0	0 %
2	Perempuan	1225	52,06 %	0	0 %
	Jumlah	2352	100 %	0	0 %

*Sumber : Kantor Kepala Desa Gongsol, 2017.*

Dari Tabel 6 diatas dapat dilihat keseluruhan penduduk Desa Gongsol adalah Warga Negara Indonesia, tidak ada Warga Negara Asing yang menjadi penduduk di Desa Gongsol. Jumlah penduduk berdasarkan mata pencahariannya di Desa Gongsol dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 7. Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencahariannya Di Desa Gongsol.**

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase
1	Pegawai Negeri Sipil	37	2,38 %
2	Tni/Polri	2	0,13 %
3	Karyawan Swasta	8	0,51 %
4	Wiraswasta/Pedagang	6	0,39 %
5	Petani	1495	96,08 %
6	Pertukangan	8	0,51 %
7	Nelayan	0	0 %
8	Pemulung	0	0 %
9	Jasa	0	0 %
	Jumlah	1556	100 %

*Sumber : Kantor Kepala Desa Gongsol, 2017.*

Dari Tabel 7 diatas dapat dilihat bahwa penduduk Desa Gongsol paling banyak bekerja sebagai petani dengan jumlah 1495 jiwa (96,08 %).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian tentang analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Susu Kuda dilakukan di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo. Di Desa Gongsol hanya terdapat 1 penjual susu kuda, yaitu Warung Citra yang terletak tidak jauh dari objek wisata Gundaling dan pasar buah Berastagi. Jumlah kuda yang ada di warung citra adalah 14 ekor dan dalam sehari dapat menghasilkan 5 – 10 liter susu dalam sehari. Cara meminum susu kuda, dapat diminum langsung dan jika ingin dipanaskan jangan langsung memanaskan susu kuda langsung ke api (kompor), akan tetapi dengan merendam susu kuda yang diletakkan dalam gelas ke dalam mangkuk yang berisi air panas, sampai terasa hangat kuku, kemudian dapat langsung diminum. Pada umumnya konsumen/pembeli datang langsung untuk membeli susu kuda, tetapi ada juga konsumen yang meminta susu kuda tersebut diantar. Susu kuda diperas langsung pada saat konsumen datang atau pada saat akan diantar, tidak ada susu kuda yang sudah disiapkan atau disimpan sebelum konsumen datang, sehingga susu kuda yang dibeli konsumen terjamin kesegarannya. Kemasan yang digunakan untuk susu kuda adalah botol plastik dengan ukuran  $\frac{1}{2}$  liter dan memiliki segel. Dalam proses pembelian biasanya konsumen menghubungi warung penjual susu kuda melalui telpon untuk melakukan pemesanan sebelum datang, tetapi ada juga yang melakukan pemesanan pada saat sampai ditempat penjual. Pada saat konsumen datang, pada saat itu juga susu kuda diperas, sehingga konsumen dapat melihat langsung proses pemerasan. Setelah diperas, susu kuda disaring kemudian dimasukkan kedalam botol dan dapat dibawa pulang konsumen. Susu kuda dijual dengan harga Rp. 200.000/liter. Produk akhir susu kuda adalah susu kuda dalam kemasan botol ukuran  $\frac{1}{2}$  liter.

### **Karakteristik Responden**

Total responden pada penelitian ini berjumlah 30 orang. Responden didapat yaitu konsumen yang membeli susu kuda di Desa Gongsol, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo. Karakteristik konsumen sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Susu Kuda seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 8. Karakteristik Responden**

No	Karakteristik	Rataan
1	Usia (Tahun)	47
2	Tingkat pendidikan (Tahun)	12
3	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	3
4	Pendapatan (Rupiah/bulan)	2.833.333

*Sumber : Data primer diolah, 2017*

Dari tabel diatas dapat dilihat dari rata-rata umur responden Susu Kuda adalah 47 tahun. Tingkat pendidikan dapat dilihat rata-rata 12 tahun atau setara dengan SMA (Sekolah Menengah Atas). Dimana tingkat pendidikan erat hubungannya dengan wawasan/pola pikir terhadap suatu barang baik dari segi kualitas dan manfaatnya. Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari proses pendidikan yang dijalani (pengalaman). Pendidikan sangat mempengaruhi pilihannya ataupun cara pandangnya terhadap suatu produk yang akan dia konsumsi. Apabila pendidikan konsumen tinggi maka akan memilih barang yang berkualitas, tingkat pendidikan dapat dilihat dari lamanya pendidikan formal yang dijalani konsumen. Rataan jumlah tanggungan responden penelitian sebanyak 3 orang, dalam membeli dan mengkonsumsi Susu Kuda, responden bisa juga dipengaruhi oleh anggota keluarga lain yang tinggal bersama-sama dengan konsumen. Tinggi atau rendahnya pendapatan masyarakat

akan mempengaruhi kualitas dan kuantitas permintaan. Rata-rata pendapatan responden Susu Kuda adalah sebesar Rp.2.833.333/bulan.

### **Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Susu Kuda**

Perilaku konsumen tidak dapat secara langsung dikendalikan oleh perusahaan karena itu perlu dicari informasi semaksimal mungkin. Perilaku konsumen yaitu suatu tindakan yang mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahuluinya dan menyusul tindakan tersebut. Perilaku konsumen terbagi 2 yaitu perilaku yang tampak diantaranya jumlah pembelian, waktu, karena siapa, bagaimana dilakukan pembelian itu, sedangkan yang kedua adalah perilaku yang tidak tampak diantaranya persepsi, ingatan terhadap informasi dan pemasaran kepemilikan oleh konsumen (Umar, 1997).

Tingkat perilaku konsumen terhadap permintaan susu kuda dalam penelitian ini dapat dilihat dari 5 variabel, yaitu :

#### 1. Umur

**Tabel 9. Perilaku Konsumen Dari Varabel Umur**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Membeli susu kuda untuk anak-anak		4 (13,33 %)		26 (86,67 %)	
2	Membeli susu kuda untuk orang dewasa (suami, istri, ayah, ibu dll)	2 (6,67 %)	28 (93,33 %)			
3	Membeli susu kuda untuk seluruh anggota keluarga (anak-anak dan orang dewasa)		4 (13,33 %)		26 (86,67 %)	

*Sumber : Data primer diolah (2017).*

Dari tabel tersebut dapat dilihat jumlah responden dan persentase yang dimiliki setiap pernyataan. Dari 3 pernyataan yang tersedia, didapatkan hasil bahwa seluruh responden membeli susu kuda paling banyak untuk orang dewasa, hanya 4 responden yang menyatakan membeli untuk anak-anak. Alasan responden membeli susu kuda untuk menyembuhkan penyakit, seperti : darah tinggi dan sesak nafas.

## 2. Pekerjaan

**Tabel 10. Perilaku Konsumen Dari Variabel Pekerjaan**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Membeli susu kuda untuk menambah stamina dalam bekerja		1 (3,33 %)		29 (96,67 %)	
2	Membeli susu kuda untuk menjaga daya tahan tubuh		1 (3,33 %)		29 (96,67 %)	
3	Membeli susu kuda karena tempat kerja dekat dengan tempat penjualan susu kuda				30 (100 %)	

*Sumber : Data primer diolah (2017).*

Dari tabel tersebut diketahui jumlah responden dan persentase yang dimiliki setiap pernyataan. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa konsumen membeli susu kuda tidak dipengaruhi pekerjaannya. Dari 30 responden, hanya 1 responden yang menyatakan membeli susu kuda karena pekerjaannya. Alasannya membeli susu kuda karena pekerjaannya sebagai supir lintas yang mengharuskannya berkendara pada malam hari, menurutnya dengan

mengonsumsi susu kuda dapat membantu untuk tidak mudah mengantuk dan daya tahan tubuh lebih terjaga, sehingga tidak mudah sakit. 29 responden lainnya menyatakan membeli susu kuda hanya untuk menyembuhkan penyakit.

### 3. Jenis Kelamin

**Tabel 11. Perilaku Konsumen Dari Variabel Jenis Kelamin**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Laki-Laki	2 (6,67 %)	27 (90 %)		1 (3,33 %)	
2	Perempuan		20 (66,67 %)		10 (33,33 %)	

*Sumber : Data primer diolah, 2017.*

Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah responden dan persentase dari setiap pernyataan. Dari pernyataan pertama dan kedua dapat diketahui bahwa responden membeli susu kuda paling banyak untuk dikonsumsi laki-laki, yaitu sebanyak 2 responden menyatakan sangat setuju dan 27 responden menyatakan setuju. Tetapi jumlah responden yang menyatakan membeli susu kuda untuk perempuan juga cukup banyak, yaitu sebanyak 20 responden menyatakan setuju.

## 1. Kebersihan

**Tabel 12. Perilaku Konsumen Dari Variabel Kebersihannya**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Susu kuda yang bersih mempengaruhi kesegarannya				30	(100 %)
2	Susu kuda yang bersih mempengaruhi ketahanan penyimpanannya				30	(100 %)
3	Susu kuda yang bersih mempengaruhi kandungan nutrisinya				30	(100 %)

*Sumber : Data primer diolah (2017).*

Dari tabel tersebut diketahui jumlah responden dan persentase dari setiap pernyataan. Dari 3 pernyataan yang tersedia, seluruh responden menyatakan tidak setuju dan dapat disimpulkan bahwa kebersihan tidak mempengaruhi kesegaran, ketahanan penyimpanan dan kandungan nutrisi susu kuda. Alasannya dikarenakan susu kuda sudah berasa asam jika disimpan lebih dari sehari, tetapi responden menyatakan bahwa mereka tetap merasakan manfaatnya walaupun sudah berasa asam. Hasil penelitian dari Diana Hermawati (2005) menyatakan bahwa susu kuda dapat tahan disimpan selama 5 bulan dalam suhu ruang, dari hasil tersebut dapat menjelaskan kenapa responden masih merasakan manfaat susu kuda walaupun sudah berasa asam, dikarenakan susu kuda dapat tahan lama disimpan.

## 5. Kandungan Gizi

**Tabel 13. Perilaku Konsumen Dari Variabel Kandungan Gizi**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Membeli susu kuda karena mengetahui manfaatnya bagi kesehatan	2 (6,67 %)	28 (93,33 %)			
2	Membeli susu kuda karena mengetahui kandungan nutrisi/ gizinya				30 (100 %)	
3	Membeli susu kuda karena merasakan manfaatnya bagi kesehatan	2 (6,67 %)	28 (93,33 %)			
4	Mengetahui manfaat dan kandungan gizi susu kuda dari media				30 (100 %)	
5	Mengetahui manfaat dan kandungan nutrisi susu kuda dari teman atau saudara	2 (6,67 %)	28 (93,33 %)			

*Sumber : Data primer diolah (2017).*

Dari tabel diatas dapat diketahui jumlah orang dan persentase dari setiap pernyataan. Pada pernyataan pertama dapat diketahui bahwa seluruh responden menyatakan membeli susu kuda dikarenakan sudah mengetahui manfaatnya bagi kesehatan. Pada pernyataan kedua seluruh responden menyatakan tidak setuju, responden menyatakan tidak mengetahui kandungan nutrisi dan gizi yang terkandung dalam susu kuda. Pernyataan ketiga, dapat diketahui bahwa seluruh responden menyatakan membeli susu kuda karena sudah merasakan manfaatnya bagi kesehatan. Pada pernyataan keempat seluruh responden menyatakan bahwa



mereka tidak mengetahui manfaat dan kandungan gizi susu kuda dari media dan pernyataan kelima diketahui bahwa seluruh responden menyatakan mengetahui manfaat dan kandungan nutrisi dan gizi susu kuda dari teman atau saudara

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan, konsumen membeli susu kuda karena mengetahui manfaatnya bagi kesehatan dan sudah merasakan manfaatnya. Seluruh responden mengetahui manfaat susu kuda dari teman atau saudaranya dan tidak ada satupun responden yang mengetahui kandungan nutrisi yang ada dalam susu kuda. Responden membeli susu kuda untuk mengobati penyakit yang dideritanya atau keluarganya.

#### **Pengaruh Harga, Jumlah Tanggungan, Tingkat Pendidikan dan Pendapatan terhadap Permintaan Susu Kuda**

Analisis pengaruh variabel perilaku konsumen dalam membeli susu kuda dapat diuji dengan Analisis Regresi Linear Berganda. Untuk melihat pengaruh harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap permintaan susu kuda dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

**Tabel 14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien regresi	Standard error	t-Hitung
Harga	-2,905E-6	0,000	-0,639
J. Tanggungan	0,064	0,091	0,703
T. Pendidikan	-0,077	0,037	-2,065
Pendapatan	1,464E-6	0,000	10,149
Konstant	0,248	1,079	0,230
R Square	0,820		
F Hitung	28,383		
F Tabel	2,759		
T Tabel	2,059		

*Sumber :Data Primer Diolah, 2017*

Tabel diatas dapat diketahui bahwa analisis regresi linear berganda dapat dirumuskan pada persamaan berikut :

$$Y = 0,248 - 2,905X_1 + 0,064X_2 - 0,077X_3 + 1,464X_4 + e$$

Dari hasil pengujian nilai koefisiensi determinasi R-square dari penelitian ini sebesar 0,820 dimana nilai ini mengidentifikasi bahwa secara simultan (serempak) jumlah permintaan susu kuda dipengaruhi oleh harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan sebesar 82,0 % selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 18,0%. Hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai Multiple R sebesar 0,905 yang mengartikan bahwa secara menyeluruh ada hubungan yang erat antara harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap permintaan susu kuda sebesar 90,5%. Hal ini didukung oleh nilai F-hitung  $28,383 > F\text{-tabel } 2,759$  pada taraf kepercayaan 95% ( $\alpha 0,05$ ), dengan demikian  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang berarti ada pengaruh nyata secara keseluruhan antara harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap permintaan susu kuda.

### **1. Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Susu Kuda**

Harga susu kuda tidak berpengaruh terhadap permintaan susu kuda. Dari hasil penelitian yang dilakukan dipenjual diketahui harga susu kuda Rp. 200.000/liter. Berdasarkan hasil data yang diperoleh nilai t-hitung  $-0,639 < t\text{-tabel } 2,059$  dengan keputusan  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak. Nilai koefisien regresi variabel harga susu kuda -2,905 yang bernilai negatif.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa harga tidak menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen membeli susu kuda, berdasarkan keterangan responden menganggap harga tidak menjadi masalah, responden

membeli susu kuda karena manfaatnya yang banyak bagi kesehatan dan untuk menyembuhkan penyakit yang diderita konsumen atau keluarga konsumen.

## **2. Pengaruh Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan Susu Kuda**

Jumlah tanggungan konsumen adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi atau tidaknya konsumsi keluarga terhadap produk tertentu dalam hal ini susu kuda. Namun semua itu tergantung dari apakah sebagian besar anggota keluarga yang menjadi tanggungan ikut mengkonsumsi atau tidaknya susu kuda tersebut. Dari hasil penelitian ternyata jumlah tanggungan tidak berpengaruh terhadap jumlah pembelian atau mengkonsumsi susu kuda.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh nilai t-hitung variabel jumlah tanggungan diperoleh nilai t-hitung  $0,703 < t\text{-tabel } 2,059$  pada tingkat kepercayaan 95% maka keputusan  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak. Nilai koefisien regresi yaitu 0,064 yang bernilai positif. Rata-rata jumlah tanggungan konsumen adalah 3 orang. Jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan susu kuda, karena konsumen membeli susu kuda hanya untuk keluarga mereka yang sakit.

## **3. Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Permintaan Susu Kuda**

Pendidikan berpengaruh nyata terhadap besar kecilnya tingkat pembelian terhadap pembelian susu kuda. Berdasarkan hasil data yang diperoleh nilai t-hitung variabel tingkat pendidikan adalah  $|-2,065| > t\text{-tabel } 2,059$  pada tingkat kepercayaan 95% maka keputusan  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Nilai koefisien regresi yaitu -0,077 yang bernilai negatif. Berarti bahwa tingkat pendidikan berpengaruh nyata terhadap permintaan susu kuda. Rata-rata tingkat pendidikan konsumen adalah SMA (12 Tahun). Pendidikan formal berpengaruh terhadap permintaan susu kuda, dikarenakan dengan semakin tingginya pendidikan

seseorang maka semakin banyak juga ilmu dan pengetahuan yang diketahuinya. Sehingga pengetahuannya tentang manfaat susu kuda juga akan bertambah.

#### **4. Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Susu Kuda**

Faktor pendapatan memang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi akan suatu produk. Ketika pendapatan meningkat, jumlah konsumsi pun meningkat seiring peningkatan pendapatan konsumen, dan ketika pendapatan menurun, permintaan juga menurun. Walaupun dalam kenyataannya pendapatan tidak selalu menjadi hal prioritas konsumen untuk produk tertentu yang sangat dibutuhkan kegunaanya untuk dirinya. Dari data yang diperoleh rata-rata konsumen sampel memiliki pendapatan sebesar Rp.2.833.333. Dimana pendapatan keluarga tertinggi adalah Rp.5.000.000/bulan dan pendapatan keluarga terendah adalah Rp.1.900.000/bulan.

Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai t-hitung variabel pendapatan diperoleh nilai t-hitung  $10,149 > t\text{-tabel } 2,059$  pada tingkat kepercayaan 95% maka keputusan  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Nilai koefisien regresi yaitu 1,464 yang bernilai positif. Berarti bahwa pendapatan berpengaruh nyata terhadap permintaan susu kuda.

Konsumen melakukan pembelian susu kuda pada dasarnya sesuai dengan pendapatan yang dimiliki setiap bulannya. Artinya dapat dikatakan bahwa ketika pendapatan mengalami perubahan maka jumlah permintaan akan susu kuda mengalami perubahan pula.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan mengenai masalah yang diteliti dilapangan. Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh :

1. Perilaku konsumen dilihat dari umurnya didapatkan hasil bahwa responden membeli susu kuda paling banyak untuk dikonsumsi oleh orang dewasa. Perilaku konsumen dilihat dari pekerjaannya dapat diketahui bahwa responden membeli susu kuda tidak dipengaruhi oleh pekerjaannya, responden membeli susu kuda hanya untuk menyembuhkan penyakit. Perilaku konsumen dilihat dari jenis kelamin didapatkan hasil bahwa konsumen paling banyak membeli susu kuda untuk dikonsumsi oleh laki-laki dan dari hasil tersebut juga dapat diketahui pembelian susu kuda untuk perempuan juga cukup banyak. Perilaku konsumen dilihat dari kebersihan susu kuda didapatkan hasil bahwa kebersihan tidak mempengaruhi kesegaran, ketahanan penyimpanan dan kandungan nutrisi susu kuda. Perilaku konsumen dilihat dari kandungan gizinya didapatkan hasil bahwa konsumen membeli susu kuda karena mengetahui manfaat dan sudah merasakan manfaatnya bagi kesehatan, semua responden mengetahui manfaat susu kuda dari saudara atau temannya dan tidak ada satupun responden yang mengetahui kandungan nutrisi susu kuda.
2. Secara simultan jumlah permintaan susu kuda dipengaruhi oleh harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan sebesar 82,0%. Dimana harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan

berpengaruh nyata terhadap permintaan susu kuda. Secara menyeluruh ada hubungan yang erat antara harga, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap permintaan susu kuda sebesar 90,5%.

3. Secara parsial pendapatan dan tingkat pendidikan berpengaruh nyata terhadap permintaan susu kuda. Sedangkan harga dan jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan susu kuda.

### **Saran**

Adapun saran yang diberikan yaitu hendaknya pedagang juga menjelaskan nutrisi atau kandungan gizi yang terdapat didalam susu kuda, sehingga konsumen mengetahui manfaat-manfaat lain yang dimiliki susu kuda, tidak hanya karena mendengar manfaat susu kuda dari teman atau saudara. Dengan dijelaskannya nutrisi dan kandungan gizi susu kuda dapat semakin meyakinkan konsumen akan manfaat yang dimiliki susu kuda. Sehingga dengan semakin yakinnya konsumen dengan manfaat susu kuda, maka akan meningkatkan permintaan akan susu kuda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astawan M. W. 1989. *Teknologi Pengolahan Pangan Hewani Tepat Guna*. Jakarta : Akademi Persindo.
- Aritonang, Lerbin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran Dan Penganalisisan Dengan SPSS*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Badan Pusat Statistik. 2013. *Provinsi Sumatera Utara Dalam Angka 2013*. Sumatera Dalam Angka 2013, Sumatera Utara : BPS Sumatera Utara.
- \_\_\_\_\_.2015. *Populasi Kuda Menurut Provinsi 2009-2015*. <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1028>. Diakses Pada Tanggal 24 April 2016. Medan.
- Diana Hermawati. 2005. *Kajian Aktivitas Dan Karakterisasi Senyawa Antimikroba Dari Susu Kuda Sumbawa*. Institut Pertanian Bogor : tidak diterbitkan.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kantor Kepala Desa Gongsol. 2017. *Data Wilayah Dan Penduduk Desa Gongsol*. Desa Gongsol.
- Pracoyo, A. 2006. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi
- Ratri Mahardikaningtyas, Bambang Ali Nugroho dan Budi Hartono. 2013. *Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Susu Uht (Ultra High Temperature) Di Giant Hypermarket Di Kota Malang*. Universitas Brawijaya : tidak diterbitkan.
- Shine, Angela; O'Reilly, Seamus; O'Sullivan, Kathleen. 1997. *Consumer Use Of Nutrition Labels*. British Food Journal. 290-296. Vol. 99 Iss 8.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Sumarno. 2007. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : PT. Graha Ilmu.
- Sukirno, S. 2009. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi Jilid 13*. Jakarta : Rajawali Pers.

Utama, S. 2011. *Penetapan Kadar Kalsium Dalam Susu Kambing, Susu Kuda Dan Susu Sapi Dengan Metode Spektrofotometri Serapan Atom*. Universitas Sumatera Utara : tidak diterbitkan.

Wikipedia. 2007. *Susu*. <http://id.wikipedia.org/wiki/Susu>. Diakses Pada Tanggal 25 April 2016. Medan.

Wikipedia. 2010. *Kuda*. <http://id.wikipedia.org/wiki/Kuda>. Diakses Pada Tanggal 25 April 2016. Medan.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Karakteristik Responden

No Sampel	Umur	Jumlah Tanggungan	Pendidikan	Pendapatan	Pekerjaan
1	43	3	16	3.100.000	Wiraswasta
2	45	4	12	3.500.000	Wiraswasta
3	36	3	16	5.000.000	Wiraswasta
4	54	1	16	2.700.000	Petani
5	38	4	12	2.000.000	Wiraswasta
6	62	3	9	2.500.000	Petani
7	42	3	12	3.000.000	Wiraswasta
8	64	3	6	2.500.000	Petani
9	49	2	12	2.800.000	Petani
10	35	4	12	3.500.000	Wiraswasta
11	59	5	9	2.500.000	Pekerja Bangunan
12	43	1	12	2.200.000	Petani
13	37	2	6	3.500.000	Wiraswasta
14	41	4	9	2.500.000	Petani
15	72	3	12	3.000.000	Petani
16	38	2	12	1.900.000	Wiraswasta
17	42	3	16	3.500.000	PNS
18	37	2	12	2.300.000	Pedagang
19	33	3	12	3.500.000	Pedagang
20	67	6	16	2.200.000	Wiraswasta
21	56	2	12	3.000.000	Supir
22	41	3	12	2.000.000	Wiraswasta
23	69	3	9	2.700.000	Petani
24	32	3	12	2.500.000	Pedagang
25	38	4	6	2.000.000	Petani
26	37	2	16	2.000.000	Wiraswasta
27	45	3	12	5.000.000	PNS
28	58	6	6	2.100.000	Wiraswasta
29	41	4	12	3.500.000	Polisi
30	45	3	9	2.500.000	Pedagang
Jumlah	1399	94	345	85.000000	
Rataan	46,63333	3,13333333	11,5	2.833.333	

Sumber : Data primer diolah, 2017.

**Lampiran 2. Variabel Umur.**

No Sampel	Pernyataan pertama					Pernyataan kedua					Pernyataan ketiga				
	SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS
1				√			√							√	
2				√			√							√	
3		√					√					√			
4				√			√							√	
5				√			√							√	
6				√			√							√	
7				√			√							√	
8				√			√							√	
9				√		√								√	
10		√					√					√			
11				√			√							√	
12				√			√							√	
13				√			√							√	
14				√			√							√	
15				√			√							√	
16				√			√							√	
17				√			√							√	
18				√			√							√	
19				√			√							√	
20				√			√							√	
21				√			√							√	
22				√			√							√	
23				√			√							√	
24				√			√							√	
25				√			√							√	
26				√		√								√	
27		√					√					√			
28				√			√							√	
29		√					√					√			
30				√			√							√	
Jumlah		4		26		2	28					4		26	

Sumber : Data primer diolah, 2017.

**Lampiran 3. Variabel Pekerjaan.**

No Sampel	Pernyataan pertama					Pernyataan kedua					Pernyataan ketiga				
	SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS
1				√					√					√	
2				√					√					√	
3				√					√					√	
4				√					√					√	
5				√					√					√	
6				√					√					√	
7				√					√					√	
8				√					√					√	
9				√					√					√	
10				√					√					√	
11				√					√					√	
12				√					√					√	
13				√					√					√	
14				√					√					√	
15				√					√					√	
16				√					√					√	
17				√					√					√	
18				√					√					√	
19				√					√					√	
20				√					√					√	
21		√						√							
22				√					√					√	
23				√					√					√	
24				√					√					√	
25				√					√					√	
26				√					√					√	
27				√					√					√	
28				√					√					√	
29				√					√					√	
30				√					√					√	
Jumlah		1		29				1	29					26	

*Sumber : Data primer diolah, 2017.*

**Lampiran 4. Variabel Jenis Kelamin**

No Sampel	Pernyataan Pertama					Pernyataan Kedua				
	SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS
1		√							√	
2		√					√			
3		√					√			
4		√							√	
5		√							√	
6		√					√			
7		√					√			
8		√					√			
9	√								√	
10		√					√			
11		√							√	
12		√					√			
13		√					√			
14		√					√			
15		√							√	
16				√			√			
17		√							√	
18		√							√	
19		√					√			
20		√					√			
21		√					√			
22		√					√			
23		√					√			
24		√					√			
25		√					√			
26	√								√	
27		√					√			
28		√					√			
29		√							√	
30		√					√			
<b>Jumlah</b>	<b>2</b>	<b>27</b>		<b>1</b>			<b>20</b>		<b>10</b>	

*Sumber : Data primer diolah, 2017.*

**Lampiran 5. Variabel Kebersihan.**

No Sampel	Pernyataan pertama					Pernyataan kedua					Pernyataan ketiga				
	SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS
1				√					√					√	
2				√					√					√	
3				√					√					√	
4				√					√					√	
5				√					√					√	
6				√					√					√	
7				√					√					√	
8				√					√					√	
9				√					√					√	
10				√					√					√	
11				√					√					√	
12				√					√					√	
13				√					√					√	
14				√					√					√	
15				√					√					√	
16				√					√					√	
17				√					√					√	
18				√					√					√	
19				√					√					√	
20				√					√					√	
21				√					√					√	
22				√					√					√	
23				√					√					√	
24				√					√					√	
25				√					√					√	
26				√					√					√	
27				√					√					√	
28				√					√					√	
29				√					√					√	
30				√					√					√	
Jumlah				30					30					30	

*Sumber : Data primer diolah, 2017.*

**Lampiran 6. Variabel Kandungan Gizi.**

No Sampel	Pernyataan pertama					Pernyataan kedua					Pernyataan ketiga				
	SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS
1		√							√			√			
2		√							√			√			
3		√							√			√			
4		√							√			√			
5		√							√			√			
6		√							√			√			
7		√							√			√			
8		√							√			√			
9	√								√		√				
10		√							√			√			
11		√							√			√			
12		√							√			√			
13		√							√			√			
14		√							√			√			
15		√							√			√			
16		√							√			√			
17		√							√			√			
18		√							√			√			
19		√							√			√			
20		√							√			√			
21		√							√			√			
22		√							√			√			
23		√							√			√			
24		√							√			√			
25		√							√			√			
26	√								√		√				
27		√							√			√			
28		√							√			√			
29		√							√			√			
30		√							√			√			
Jumlah	2	28							30		2	28			

*Sumber : Data primer diolah, 2017.*

**Lampiran 7. Variabel Kandungan Gizi.**

No Sampel	Pernyataan Pertama					Pernyataan Kedua				
	SS	S	KS	TS	STS	SS	S	KS	TS	STS
1				√			√			
2				√			√			
3				√			√			
4				√			√			
5				√			√			
6				√			√			
7				√			√			
8				√			√			
9				√						√
10				√			√			
11				√			√			
12				√			√			
13				√			√			
14				√			√			
15				√			√			
16				√			√			
17				√			√			
18				√			√			
19				√			√			
20				√			√			
21				√			√			
22				√			√			
23				√			√			
24				√			√			
25				√			√			
26				√						√
27				√			√			
28				√			√			
29				√			√			
30				√			√			
<b>Jumlah</b>				30			2			28

*Sumber : Data primer diolah, 2017.*

**Lampiran 8. Jumlah Permintaan Susu Kuda/Bulan**

No Sampel	Jumlah Permintaan (Liter/Bulan)	Harga (Rp/Liter)	Jumlah (Rp)
1	2	200.000	400.000
2	3,5	200.000	700.000
3	6	200.000	1.200.000
4	2	200.000	400.000
5	2	200.000	400.000
6	2,5	200.000	500.000
7	3	200.000	600.000
8	3	200.000	600.000
9	3	200.000	600.000
10	5,5	200.000	1.100.000
11	3	200.000	600.000
12	2,5	200.000	500.000
13	4	200.000	800.000
14	2,5	200.000	500.000
15	3,5	200.000	700.000
16	2	200.000	400.000
17	3,5	200.000	700.000
18	2	200.000	400.000
19	5	200.000	1.000.000
20	2	200.000	400.000
21	2,5	200.000	500.000
22	2	200.000	400.000
23	3,5	200.000	700.000
24	2,5	200.000	500.000
25	4	200.000	800.000
26	2	200.000	400.000
27	6	200.000	1.200.000
28	2,5	200.000	500.000
29	5	200.000	1.000.000
30	2	200.000	400.000
<b>Jumlah</b>	<b>94,5</b>		<b>18.900.000</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>3,15</b>		<b>630.000</b>

*Sumber : Data primer diolah, 2017.*



### Lampiran 9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 <sup>a</sup>	.820	.791	.5704

a. Predictors: (Constant), x4\_pendapatan, x2\_J.Tanggung, x1\_Harga, x3\_pendidikan

b. Dependent Variable: y

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.941	4	9.235	28.383	.000 <sup>a</sup>
	Residual	8.134	25	.325		
	Total	45.075	29			

a. Predictors: (Constant), x4\_pendapatan, x2\_J.Tanggung, x1\_Harga, x3\_pendidikan

b. Dependent Variable: y

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.248	1.079		.230
	x1_Harga	-2.905E-6	.000	-.059	-.639
	x2_J.Tanggung	.064	.091	.062	.703
	x3_pendidikan	-.077	.037	-.191	-2.065
	x4_pendapatan	1.464E-6	.000	.930	10.149

a. Dependent Variable: y