

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
PERMINTAAN BUAH BIWA
(Studi Kasus : PT.Merek Indah Lestari,Taman Simalem Resort
KabupatenKaro)**

SKRIPSI

Oleh :

**NELSI BR MELIALA
1304300136
AGRIBISNIS**



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

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
PERMINTAAN BUAH BIWA**
(Studi Kasus : PT.Merek Indah Lestari,Taman Simalem Resort
KabupatenKaro)

S K R I P S I

Oleh :

**NELSI BR MELIALA
1304300136
AGRIBISNIS**

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

Komisi Pembimbing

Muhammad Thamrin, S.P.,M.Si

Ketua

Khairunnisa Rangkuti S.P.,M.Si

Anggota

**Disahkan Oleh :
Dekan**

Ir. Alridiwirsah, MM

Tanggal lulus : 6 Oktober 2017

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Teristimewa orang tua penulis Ayahanda Harapenta Meliala dan Satminariati Br Surbakti yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta dan kasih sayang dan selalu memberikan motivasi baik moril maupun spiritual.
2. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis.
4. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si., selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing, memberi kritik dan saran kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Khairunnisa Rangkuti S.P. M.Si, selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membimbing, memberi kritik dan saran kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Adek Surjayes Meliala, Haga Bastanta Meliala, Sepupu Luvi Julika Meliala, Reka Hebina Br Tarigan tersayang yang telah mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat tercinta Dahlia Sari Nasution, Dewi Syaputri, Ngatini, Irmawanti, Eka Ramadhan, Fajar Gunawan Tarigan Irmawati, Evy artika, Khaera Novia Sari yang banyak membantu, mendukung dan selalu menemani penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman tersayang yaitu kelas Agribisnis-2 2013 dan teman lainnya yang saling tolong menolong dalam penyelesaian proposal ini.

Akhirnya hanya kepada Allah semua ini diserahkan. Keberhasilan seseorang tidak akan berarti tanpa adanya proses dari kesalahan yang dibuatnya, karena manusia adalah tempatnya salah dan semua kebaikan merupakan anugrah dari Allah Swt. Semoga masih ada kesempatan penulis untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dan semoga amal baik mereka diterima oleh Allah Swt. Amin.

Medan, Maret 2017

Penulis

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji ALLAH SWT atas limpahan rahmad dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga kemudahan dan kelancaran senantiasa mengiringi setiap langkah dalam penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam turunkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan orang-orang yang mengikuti sampai hari pembalasan.

Usaha dan upaya untuk senantiasa melakukan yang terbaik atas setiap kerja yang menjadikan akhir dari pelaksanaan penelitian yang terwujud dalam bentuk penulisan proposal dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Buah Biwa (Studi Kasus : PT.Taman Simalem Resort, Kabupaten Karo)” proposal ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh derajat sarjana pertanian di fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa sesungguhnya karya ini hanya memberikan kontribusi bagi pihak pengurus Pt.Taman Simalem Resort maupun bagi almamater, namun begitu besar memberikan kemanfaatan bagi penulis. Dengan segala kerendahan hati penulis berharap dibalik kekurangan kesempurnaan karya ini masih ada manfaat yang bisa diberikan baik bagi penulis sendiri, bagi pihak almamater dapat menjadi tambahan referensi, dan bagi pembaca semoga bisa dijadikan tambahan pengetahuan.

Medan, Maret 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI..	
DAFTAR GAMBAR.....	
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Perumusan Masalah.....	4
Tujuan Penelitian.....	4
Manfaat Penelitian.....	4
TINJAUAN TUSTAKA.....	5
Landasan Teori.....	7
Penelitian Terdahulu.....	17
Kerangka Pemikiran.....	18
Hipotesis Penelitian.....	21
METODE PENELITIAN.....	22
Metode Penelitian.....	22
Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	22
Metode Penarikan Sampel.....	22
Metode Pengumpulan Data.....	22
Metode Analisis Data.....	23
Defenisi Dan Batasan Oprasional.....	25
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	25
Struktur Organisasi Taman Simalem Resort.....	28

Sarana dan Prasarana Umum.....	31
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
Karakteristik Sampel.....	34
Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan.....	
Pengaruh Harga, Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan Buah Biwa.....	40
Hasil Analisis Regresi Secara Parsial.....	40
Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan.....	41
Pengaruh Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan.....	43
Hasil Analisis Regresi Secara Simultan.....	46
Kesimpulan Dan Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	20
2.	Bagan Stuktur Organisasi.....	30

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Tabel Karakteristik Sampel.....	35
2. Tabel Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Buah Biwa.....	37
3. Tabel Perilaku Konsumen Terhadap Ukuran Buah Biwa.....	37
4. Tabel Perilaku Konsumen Terhadap Manfaat Buah Biwa.....	38
5. Tabel Perilaku Konsumen Terhadap Kesegaran Buah Biwa.....	39
6. Tabel Perilaku Konsumen Terhadap Langka Buah Biwa.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

No	Halaman
1. Lampiran 1 Karakteristik Responden.....	49
2. Lampiran 2 Pendapat Terhadap Permintaan	50
3. Lampiran 3 Tingkat Pendidikan Terhadap Permintaan	51
4. Lampiran 4 Jumlah Tanggung Terhadap Permintaan	52
5. Lampiran 5 Perilaku Konsumen Terhadap Kesegaran Buah Biwa	53
6. Lampiran 6 Perilaku Konsumen Terhadap Ukuran Buah Biwa..	54
7. Lampiran 7 Perilaku Konsumen Terhadap Manfaat Buah Biwa..	55
8. Lampiran 8 Perilaku Konsumen Terhadap Kelangkaan Buah Biwa	56
9. Lampiran 9 Jumlah Permintaan Buah Biwa	57
10. Lampiran 10 Hasil Regresi Linear Berganda	58

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia kaya akan buah langka yang belum dibudidayakan. Karena belum banyak dikenal dari sisi ekonomi yang kurang menguntungkan. Tetapi bagi penggemar tabulampot, buah-buahan unik memberi nilai tersendiri. Seperti halnya buah biwa (*Eriobotrya Japonica*). Buah biwa dikenal dengan nama loquat atau japanese plum. Ada dugaan, buah asal cina bagian selatan ini diintruksikan ke Jepang pada masa lalu. Di belahan bumi barat, Kaemfer adalah ahli botani yang pertama mempelajari biwa, pada tahun 1690. Thunberg, seorang botanis, melengkapi data tentang biwa sejak melihat biwa di Jepang tahun 1712. Selanjutnya, biwa ditanam di national gardens, paris, pada 184. The royal gardens di kew, inggris menanam biwa, tahun 1787. Dari inggris, biwa menyebar ke Riviera, Malta, dan Algeria. Disanalah biwa mulai diperdagangkan di pasar lokal.

Biwa merupakan tanaman indeigenous Cina bagian tenggara dan Jepang bagian selatan, serta telah dibudidayakan di Jepang lebih dari 1000 tahun yang lalu. Seorang Botanis barat yang pertama kali mempelajari tanaman biwa adalah Kaepfer pada tahun 1690, diikuti thunberg di Jepang pada tahun 1721, sekaligus membuat deskripsi yang lebih rinci. Biwa ditanam di National Gardens Paris pada tahun 1784, dan pada tahun 1787 tanaman biwa dibawa dari Canton, Cina ke Royal Botanical Garden di Kew, Inggris.

Setelah itu tanaman ini tumbuh di Riviera dan Malta, serta Prancis dan Afrika Utara, selanjutnya buah biwa mulai dijumpai di pasar-pasar lokal negeri tersebut. Pada tahun 1818, buah unggulan biwa dihasilkan di Inggris, selanjutnya

menyebar ke India dan Asia tenggara Australia, New Zealand. Dan Afrika Selatan.

Di Amerika, biwa dibudidayakan di Amerika Selatan bagian Utara, Amerika Tenggara dan Meksiko sampai California, sejak tahun 1876 di Florida bagian Selatan dan arah Utara hingga California pada akhir 1870-an. Seorang hortikultoris yaitu C.P Taft memulai seleksi dari bibit semai dan menyebar beberapa tipe unggul, namun perkembangan selanjutnya lambat. Jepang merupakan negara penghasil utama biwa, setiap tahun menghasilkan 17.000 ton. Brazil memiliki tanaman biwa sebanyak 159.000 pohon di negara bagian Sao Paulo.

Tanaman biwa diperkirakan dikembangkan ke Indonesia pada zaman Belanda, walaupun informasi tentang ini tanaman ini masih sangat minim, namun tanaman ini dapat dijumpai di beberapa daerah dataran tinggi seperti di Sumatera Utara (Kab Karo, Tapanuli, Simalungun, Toba Samosir, dan Dairi), di Jawa Barat (Cipanas, Kab Cianjur).

Tanaman biwa yang termasuk ke dalam famili Rosaceae sangat berpotensi untuk dibudidayakan. Kendala yang dihadapi adalah tanaman ini belum terdata walaupun termasuk tanaman langka dan nilai ekonominya tinggi. Biwa merupakan tanaman yang berproduksi musiman dan masih diusahakan petani secara sampingan dan tradisional, serta sebagai tanaman perkarangan.

Kesadaran konsumen untuk mengkonsumsi buah-buahan organik, akhir-akhir ini meningkat, mengingat residu pestisida dan pupuk kimia yang berakibat tidak baik terhadap kesehatan adalah rendah. Oleh karena itu komoditas buah-buahan yang selama ini terabaikan dan merupakan tanaman perkarangan seperti

buah biwa, saat ini sudah menjadi primadona untuk di konsumsi oleh masyarakat, karena biwa salah satu buah non pestisida, disamping itu kaya akan vitamin C, dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Meskipun buah ini bukan termasuk buah yang sangat terkenal di Indonesia, tetapi konsumennya cenderung meningkat dari tahun ke tahun karena jumlah penduduk makin bertambah, apalagi tingkat pendidikan sekarang yang sudah lebih baik dapat merubah pola pikir konsumen dalam memilih buah-buah yang bermanfaat bagi tubuh, saat ini juga wisatawan asing yang tinggal di Indonesia meningkat sehingga permintaan buah biwa meningkat.

Taman Simalem Resort biwa dikedirikan secara intensif oleh PT Merek Indah Lestari (MIL) di kec.Merek Kabupaten Karo, Loquat atau biwa ditanam teratur dengan luas kebun 5 Ha ditanami biwa 1.722 populasi pohon. Maka dari itu Taman Simalem Resort merupakan kebun biwa terluas di Indonesia bahkan di Asia. Karena biwa merupakan salah satu buah yang langka di Indonesia dan kondisi taman simalem resort sesuai untuk tanaman ini, maka pihak manajemen taman simalem berupaya terus mengembangkan tanaman buah biwa. Namun kebanyakan masyarakat yang ingin mengkonsumsi buah ini mengeluh dikarenakan harga buah biwa yang sangat mahal, di Simalem buah biwa ini dijual Rp. 75.000-100.000 pe kilogram.

Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana perilaku konsumen terhadap permintaan buah biwa?
2. Bagaimana pengaruh harga, pendapatan,dan jumlah tanggungan terhadap

permintaan buah biwa ?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis perilaku konsumen terhadap permintaan buah biwa di Taman Simalem Resort.
2. Mengetahui pengaruh harga buah biwa, tingkat pendidikan, pendapatan, jumlah tanggungan terhadap permintaan buah biwa di Taman Simalem Resort.

Manfaat Penelitian

1. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap permintaan buah biwa di Taman Simalem Resort
2. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui bagaimana pengaruh harga buah biwa, tingkat pendidikan, pendapatan, jumlah tanggungan terhadap permintaan buah biwa di Taman Simalem Resort.

TINJAUAN PUSTAKA

Karakteristik Buah Biwa

Biwa (*Eriobotrya japonica* Lindl) dikenal dengan nama loquat merupakan salah satu tanaman buah dataran tinggi yang belum banyak dibudidayakan di Indonesia. Tanaman ini juga masih merupakan tanaman langka karena masih sebagian kecil masyarakatnya membudidayakannya dan umumnya sebagai tanaman perkarangan. Informasi tentang tanaman biwa di Indonesia masih sangat minim, walaupun akhir-akhir ini buah biwa semakin banyak diminati oleh konsumen terutama dari etnis cina. Buah biwa juga mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, sebagai contoh buah biwa yang dihasilkan dari Sumatera Utara (Kab.Karo) harga jualnya mencapai Rp. 100.000,- per kg. Walaupun biwa belum banyak dikenal dan dibudidayakan di Indonesia, namun buah ini telah lama dikenal di Cina, Jepang dan Eropa.

Klasifikasi (taksonomi) biwa

Kingdom	: Plantae/Plants
Sub Kingdom	: Traheobionta/Vascular Plants
Super Division	: Spermatophyta/Seed Plants
Division	: Magnoliophyta/Flowering Plants
Classis	: Magnoliopsida/Dicotyledons
Sub Classis	: Rosidae
Ordo	: Rosales
Familia	: Rosaceae/Rose Family
Genus	: <i>Eriobotrya</i> Lindl/Loquat
Species	: <i>Eriobotrya Japonica</i> Lindl

Nama Latin : Eriobotrya Japonica Lindl

Nama Umum : Loquat

Buah biwa mempunyai nilai gizi tinggi, di samping itu daun dan bijinya mengandung khasiat obat (Morton, 2001). Daging buah biwa mengandung asammalat, asam tartarat, asam sitrat, tannat, caroten, itamin A, B, dan C. Nutrisi utama yang terkandung (dalam 100g) β -karoten setara (810 mcg), kalium (160mg) feature bahan Chlorogenic asam, amygdalin khasiat utama : pencegah hipertensi, pencegah arteriosklerosis, pencegahan stroke, pencegahan serangan jantung, pencegahan kanker, anti-penuan, pencegahan pilek (masuk angin). Buah Biwa/ Loquat banyak mengandung " β cryptoxanthin" fitur karoten. " β cryptoxanthin" bertindak sebagai vitamin A dalam bembran tubuh, kulit dan mukosa, dan memelihara pencernaan yang normal. " β cryptoxanthin" termasuk pencegahan hipertensi, juga efektif sebagai anti-penuan dan pencegahan kanker. Selain itu, biwa juga mengandung polifenol, "asam chlorogenic". Asam chlorogenic, adalah efektif untuk pencegah kanker dan pencegahan penyakit virus (flu). Buah biwa mempunyai nilai komersial tinggi sebagai buah konsumsi, buah biwa rasanya segar, manis sedikit asam. Buahnya hanya sebesar ibu jari orang dewasa, jika di belah, di dalamnya terdapat 3 biji yang diselimuti daging buah berwarna kuning. Buah muncul di ujung batang, bergerombol. Kulit buah seperti beludru.

Batang kayunya keras dengan urat kayu rapat. Umumnya digunakan sebagai bahan untuk membuat peralatan gambar dan penggaris. Sementara bunganya pernah dicoba untuk farmum di Prancis dan Spanyol. Hanya saja, minyak yang dihasilkan terlalu sedikit.

Daun dan bijinya mengandung amygdalin (amigdalin dikenal sebagai antikanker berupa vitamin B17 atau laetrile). Di samping itu, dalam pengobatan orang cina tradisional ditulis bahwa daun buah biwa bekerja pada sistem pernafasan dan pencernaan, saluran paru-paru dan perut. Menurut The Encyclopedia of Herbs oleh Demi Brown, daun biwa merupakan herba expectorant yang mengontrol batuk dan muntah. Daun biwa efektif terhadap infeksi bakteri bakteri dan virus secara internal untuk penyakit bronchitis, batuk dengan demam, mual, muntah, kecegukan, dan bersendawa terus menerus. Daun biwa juga berkhasiat untuk obat stres, diare dan menetralkan mabuk karena alkohol bahkan dapat menetralsir nikotin dalam tubuh perokok juga bisa menurunkan kolestrol dan menghaluskan kulit.

Landasan Teori

Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, organisasi atau kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dipengaruhi oleh lingkungan.

Faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan (kultur, subkultur, kelas sosial), faktor sosial (kelompok, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (usia dan pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian), faktor psikologis (motivasi, persepsi, dan tingkat pendidikan). Peran setiap faktor-faktor ini berbeda untuk setiap produk yang berbeda (Simamora, 2008).

Menurut Kotler dan Keller (2007) keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk. Untuk sampai ketahap pembelian, terdapat langkah-langkah dalam proses pembelian dengan tahapan sebagai berikut :

1. Tahap pengenalan kebutuhan, yaitu tahap pertama proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan.
2. Pencarian informasi, yaitu tahap proses pengambilan keputusan dimana konsumen telah tertarik untuk mencari lebih banyak informasi.
3. Evaluasi alternatif, yaitu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternative dalam satu susunan pilihan.
4. Keputusan membeli, yaitu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli produk.
5. Perilaku pasca pembelian, yaitu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Biasanya pemasaran tidak dapat mengendalikan faktor-faktor semacam itu, tetapi harus memperhitungkannya. Berikut adalah pengaruh dari keempat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen:

1. Faktor Budaya

Menurut Surmawan (2004) budaya adalah segala nilai, pemikiran, simbol, yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Adapun unsur-unsur budaya antara lain:

a. Budaya

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

b. Sub budaya

Subbudaya merupakan bagian budaya yang lebih kecil atau kelompok orang yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi umum. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif permanen dan berjenjang dimana anggotanya berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lain.

2. Faktor Sosial

Pengaruh Keluarga yaitu keluarga memberikan pengaruh yang besar dalam perilaku pembelian. Para pelaku pasar telah memeriksa peran dan pengaruh suami, istri, dan anak dalam pembelian produk yang berbeda. Anak-anak sebagai

contoh, memberikan pengaruh yang besar dalam keputusan yang melibatkan restoran *fastfood*.

a. Kelompok acuan

Seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan tempat dimana seseorang menjadi anggotanya disebut keanggotaan. Sebaliknya, kelompok referensi bertindak sebagai titik perbandingan atau titik referensi langsung atau tidak langsung dalam membentuk sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri seseorang, dan menciptakan tekanan untuk menegaskan apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

b. Keluarga

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

c. Peran dan Status

Posisi seseorang dalam masing-masing kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dilakukan seseorang sesuai dengan orang-orang yang disekitarnya. Masing-masing peran membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan kepadanya oleh

masyarakat. Orang biasanya memilih produk sesuai dengan peran dan status mereka.

3. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, antara lain sebagai berikut :

a. Usia

Memahami usia konsumen adalah penting, karena konsumen yang berbeda usia akan mengonsumsi produk dan jasa yang berbeda. Perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap merek. Dari sisi pemasaran, semua penduduk berapapun usianya adalah konsumen. Namun pemasar perlu mengetahui dengan pasti apakah usia dijadikan dasar untuk segmentasi pasar produknya.

b. Pekerjaan

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

c. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian setiap orang berbeda-beda dalam mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian mengacu kepada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri, kepribadian biasanya digambarkan dalam karakteristik perilaku seperti kepercayaan diri, kemampuan bersosialisasi, otonomi, cara

mempertahankan diri, kemampuan beradaptasi, dan sifat-sifat agresif. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk atau pilihan merek tertentu.

d. Situasi Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk, contohnya rolex diposisikan konsumen kelas atas sedangkan timex dimaksudkan untuk konsumen menengah. Situasi ekonomi seseorang amat sangat mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian pada suatu produk tertentu.

e. Gaya Hidup

Pola kehidupan seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, ketertarikan dan opini orang tersebut. Orang-orang yang datang dari kebudayaan, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda.

4. Faktor Psikologi

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu:

a. Motivasi

Kebutuhan yang mendesak untuk mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan dari kebutuhan. Berdasarkan teori Maslow, seseorang dikendalikan oleh suatu kebutuhan pada suatu waktu. Kebutuhan manusia diatur menurut sebuah hierarki, dari yang paling mendesak sampai paling tidak mendesak (kebutuhan psikologikal, keamanan, sosial, harga diri, pengaktualisasian diri). Ketika kebutuhan yang paling mendesak itu sudah terpuaskan, kebutuhan tersebut

berhenti menjadi motivator, dan orang tersebut akan kemudian mencoba untuk memuaskan kebutuhan paling penting berikutnya.

b. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi, dan menerjemahkan informasi untuk membentuk sebuah gambaran yang berarti. Orang dapat membentuk berbagai macam persepsi yang berbeda dari rangsangan yang sama

c. Pembelajaran

Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Pembelajaran terjadi melalui interaksi dorongan, rangsangan pertanda, respons, dan penguatan.

d. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan bisa didasarkan pada pengetahuan nyata, pendapat atau iman yang bisa membawa muatan emosi atau tidak. Keyakinan akan membentuk citra produk dan merek yang mempengaruhi perilaku pembelian. Sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, dan tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide.

Teori Permintaan

Permintaan dan penawaran atas barang-barang pertanian berkiat erat dengan perkembangan atau boleh juga disebut harga mempengaruhi permintaan atau penawaran hasil pertanian. Menurut hukum ekonomi apabila harga naik maka permintaan akan turun dan apabila harga turun maka permintaan akan naik,

bila penawaran naik maka harga akan turun dan bila penawaran turun maka harga akan naik (Daniel,2002).

Fungsi permintaan menunjukkan hubungan antara jumlah penduduk yang diminta oleh konsumen dengan harga produk. Didalam teori ekonomi dijelaskan bahwa “apabila harga turun, maka jumlah barang yang diminta akan turun” dan kejadian itu akan mengakibatkan slope negatif (Nuraini, 2003).

Menurut Surmawan (2002) faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah salah satu kunci konsumen untuk mengkonsumsi suatu produk jasa. Dari contoh faktor harga, apabila harga semakin meningkat maka permintaan produk/jasa akan semakin menurun dan sebaliknya apabila harga turun maka permintaan akan meningkat. Faktor pendapatan, apabila pendapatan konsumen turun maka permintaan produk/jasa akan menurun juga. Dan faktor tanggungan keluarga, apabila semakin banyak tanggungan dari rumah tangga itu sendiri maka semakin berat konsumen untuk membeli dan semakin besar pembelian untuk rumah tangga itu sendiri.

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

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan, yaitu:

1. Pendapatan

Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat. Tinggi/rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun

kuantitas permintaan. Pendapatan yang lebih rendah berarti bahwa secara total hanya ada uang yang sedikit untuk dibelanjakan, sehingga masyarakat akan membelanjakan sedikit uang untuk beberapa dan mungkin pula terhadap sebagian besar barang. Jika permintaan terhadap suatu barang berkurang ketika pendapatan berkurang, barang tersebut dinamakan tidak barang normal (*normal good*).

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

2. Tingkat Pendidikan

Pembelajaran 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 baik memilih barang yang berkualitas baik. Tingkat pendidikan dapat dilihat dari pendidikan terakhir konsumen.

3. Jumlah Tanggungan

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

Permintaan berhubungan positif dengan jumlah tanggungan. Pertambahan jumlah tanggungan/penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan

permintaan. Tetapi biasanya penambahan jumlah tanggungan/penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat . Pertambahan daya beli ini akan menambah permintaan (Sukirno,2009).

4. Harga barang itu sendiri

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

Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian terdahulu oleh Eka dkk (2011) "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Jamur Tiram di Kota Pekanbaru" Dalam melakukan pembelian jamur tiram konsumen meyakini bahwa atribut manfaat bagi kesehatan dan kandungan zat merupakan atribut yang paling diyakini dalam memilih produk jamur tiram yaitu sama-sama memperoleh nilai 2,48 diikuti oleh atribut kandungan zat, tekstur dan rasa. Atribut harga merupakan atribut yang mempunyai nilai yang paling rendah yaitu senilai 0,63. Pada analisis evaluasi atribut kandungan zat merupakan faktor utama konsumen dalam melakukan pembelian jamur tiram artinya jamur tiram yang tidak mengandung bahan kimia sehingga aman dikonsumsi oleh konsumen.

Sikap konsumen terhadap produk jamur tiram bernilai positif yaitu senilai 23,72. Secara keseluruhan nilai ini berarti sikap konsumen terhadap produk jamur tiram dinilai baik. Atribut jamur tiram yang meliputi harga, rasa, ukuran,

tekstur, manfaat bagi kesehatan, kandungan zat, dan kemudahan memperoleh dinilai positif. Atribut yang mendapat nilai paling besar adalah atribut kandungan zat diikuti oleh atribut manfaat, rasa dan tekstur, sedangkan yang paling kecil diperoleh atribut harga. Perilaku konsumen dalam membeli produk jamur tiram menunjukkan hasil yang positif dengan nilai 710,70. Artinya perilaku pembelian konsumen baik, karakteristik kepribadian dan konsep diri konsumen dalam memposisikan produk jamur tiram bernilai positif bagi produsen.

Menurut Tuti Amina Rambe (2016), dengan judul skripsi “faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan Terong Belanda di Pasar Penampungan Medan”. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder.

Model pengambilan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel aksidental (*accidental sampling*) yaitu menentukan sampel berdasarkan orang yang ditemui secara kebetulan atau siapa saja yang dijumpai di daerah penelitian yang memenuhi kriteria. Sampel yang diteliti sebanyak 30 sampel konsumen jagung manis. Metode yang digunakan adalah regresi linear berganda dan deskriptif dengan alat bantu perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan (serempak) jumlah permintaan dipengaruhi oleh harga, pendapatan, selera, dan jumlah tanggungan sebesar 82%, hal ini didukung oleh nilai F-hitung 12,966 F-tabel 2,76 pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$). Dengan demikian H_1 diterima H_0 ditolak. Dari karakteristik konsumen buah terong belanda dapat dilihat dari rata-rata umur responden 37,56 tahun, jumlah tanggungan 2 jiwa, tingkat pendidikan 13 (SMA) tahun, dan pendapatan Rp 2.366.66,67. Perilaku konsumen pada ukuran buah terong belanda dengan rata-rata 2,36 ukuran besar 50%, ukuran sedang 33,3%,

ukuran kecil 16%. Warna buah terong belanda dengan rata-rata 3. Warna merah 100%, warna kuning emas 0%, warna kuning 0%. Kesegaran buah belanda dengan rata-rata 3. Kategori segar 100%, sedang 0%, dan yang layu 0%.

Kerangka Pemikiran

Permintaan (*Demand*) adalah jumlah barang yang diminta oleh 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 yang 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.

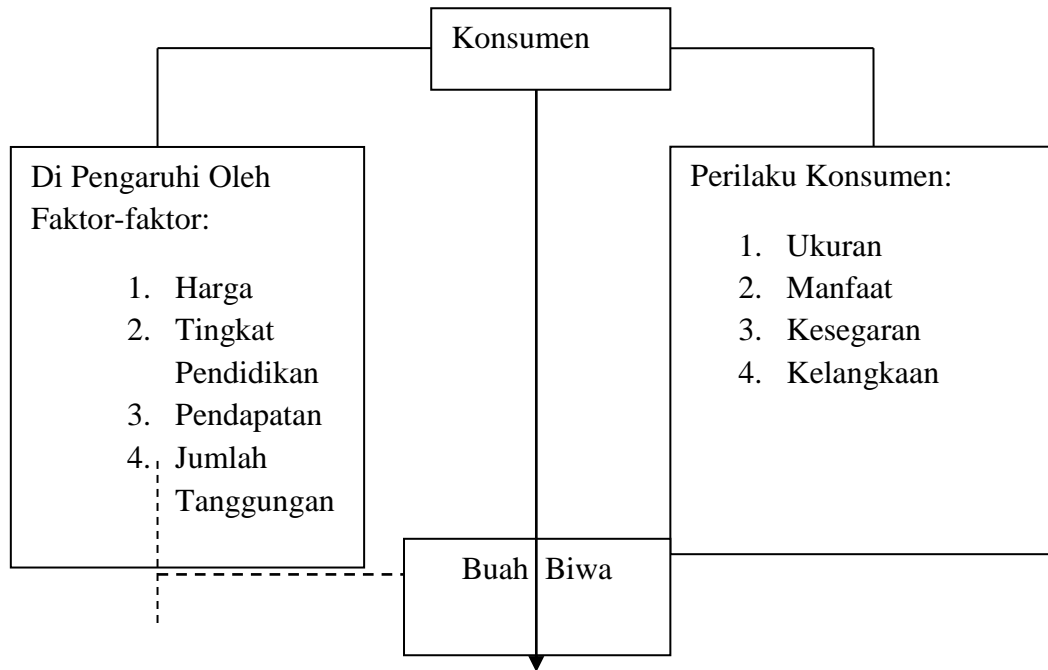
Harga produk mempengaruhi permintaan. Bila harga produk semakin tinggi maka jumlah produk yang diminta akan semakin sedikit dan sebaliknya bila harga semakin rendah, maka jumlah produk yang diminta akan semakin meningkat. Dari tingkat pendapatan konsumen juga merupakan alasan untuk permintaan produk. Tingkat perekonomian masyarakat juga merupakan salah satu faktor permintaan produk. Apabila pendapatan stabil, maka minat konsumen untuk mengkonsumsi produk akan bertambah sehingga permintaan produk juga terus meningkat. Jumlah tanggungan dalam keluarga konsumen maka jumlah permintaan semakin tinggi, sehingga jumlah tanggungan berpengaruh besar terhadap permintaan.

Perilaku konsumen sangat penting untuk diketahui dalam memasarkan suatu produk, agar pemasaran dapat memasarkan produknya sesuai dengan kebutuhan konsumen. Perilaku konsumen yang akan datang menunjukkan kebosanan akan suatu produk lama dan menginginkan produk baru. Ketidakstabilan merupakan sifat pembeli mendatang yang mencerminkan ketidaksenangan konsumen. Keadaan lingkungan akan mempengaruhi sifat tadi dan kemampuan untuk mendaur ulang produk yang dibuang merupakan pertimbangan pada saat pembelian. Perusahaan yang mementingkan hal ini akan berjalan baik.

Dalam melakukan pembelian buah biwa konsumen memiliki perilaku tertentu. Berdasarkan hal tersebut dapat dibuat beberapa parameter perilaku konsumen terhadap permintaan buah biwa antara lain: ukuran, manfaat, kesegaran, dan langka buah tersebut. Buah biwa juga dipengaruhi oleh faktor Harga, Tingkat pendidikan, Pendapatan, dan Jumlah tanggungan berpengaruh terhadap permintaan konsumen terhadap buah biwa. Perilaku konsumen yang berhubungan dengan beberapa parameter di atas dapat kita lihat sejauh mana tingkat perilaku konsumen ikut mempengaruhi dalam jumlah permintaan buah biwa

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

Skema Kerangka Pemikiran



Keterangan:

—————: Ada Hubungan

-----: Ada Pengaruh

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Hipotesis

1. Ada pengaruh harga, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jumlah tanggungan terhadap permintaan buah biwa.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

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

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan daerah penelitian ditentukan secara purposive yaitu sampel ditentukan secara sengaja. Lokasi yang dipilih merupakan perusahaan PT Merek Indah Lestari, perusahaan ini membudidayakan buah biwa dan pemasarannya langsung di pasarkan di PT Merek Indah Lestari, Taman Simalem Resort Kabupaten Karo tersebut.

Metode Penentuan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah para konsumen buah biwa di Taman Simalem Resort. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Kriteria penelitian ini yaitu konsumen yang membeli buah biwa misalnya menanyakan sesuatu pada konsumen dan meminta pendapat mereka tentang sesuatu. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 30 orang (Sugiyono, 2007)

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.

Metode Analisis Data

Perumusan masalah pertama menggunakan analisis deskriptif dengan menganalisa skor dan kriteria perilaku konsumen sehingga dapat menentukan tingkat perilaku konsumen. Dalam pengujian perilaku konsumen yang diamati di daerah penelitian terdapat beberapa kondisi buah biwa yang dapat mempengaruhi permintaan buah biwa.

Perumusan masalah yaitu untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian buah biwa menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan rumus :

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

Dimana :

Y = Pembelian Buah Biwa

a = Konstanta /intercept

x₁ = Harga Buah Biwa (Rp/Kg)

x₂ = Tingkat Pendidikan (Tahun)

x₃ = Pendapatan (Rp/Bulan)

x₄ = Jumlah tanggungan (Jiwa)

b = Koefisien Regresi

e = Error

Untuk menguji pengaruh secara parsial digunakan dengan kriteria pengujian :

Jika sig penelitian < 0,05, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Jika sig penelitian $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Untuk menguji kekuatan pengaruh faktor-faktor secara serempak digunakan kriteria pengujian :

Jika sig penelitian $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika sig penelitian $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Defenisi dan Batasan Operasional

1. Penelitian dilakukan di Taman Simalem Resort, Kabupaten Karo.
2. Komuditi yang akan diteliti adalah buah biwa
3. Responden adalah pengunjung yang melakukan pembelian buah biwa di Taman Simalem Resort, Kabupaten Karo.
4. Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu.
5. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan/dibayar kosumen untuk memperoleh produk yang ditawarkan (Rp/kg).
6. Pendapatan adalah rata-rata pendapatan total keluarga per bulan.
7. Jumlah tanggungan adalah jumlah orang yang ditanggung dalam keluarga dan hidup dari satu sumber pendapatan.
8. Perilaku konsumen merupakan merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.
9. Sampel adalah kosumen yang membeli buah biwa di Taman Simalem Resort.
10. Faktor – faktor yang menentukan prilaku kosumen yang diteliti adalah ukuran, kesegaran, kandungan gizi, langka buah biwa tersebut
11. Waktu penelitian dilakukan tahun 2017.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Kabupaten Karo adalah salah satu Kabupaten di provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Ibu kota kabupaten ini terletak di Kabanjahe. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 2.127,25 km² dan berpenduduk sebanyak kurang lebih 500.000 jiwa. Kabupaten ini berlokasi di dataran tinggi Karo, Bukit Barisan Sumatera Utara. Terletak sejauh 77 km dari kota Medan, ibu kota Provinsi Sumatera Utara. Wilayah Kabupaten Karo terletak di dataran tinggi dengan ketinggian antara 600 sampai 1.400 meter di atas permukaan laut. Karena berada diketinggian tersebut, Tanah Karo Simalem, nama lain dari kabupaten ini mempunyai iklim yang sejuk dengan suhu berkisar antara 16 sampai 17° C.

Kabupaten Karo terletak pada ketinggian 140 sampai dengan 1.400 meter di atas permukaan laut dengan perbandingan luas sebagai berikut:

Ketinggian	Luas	Persentase
140-200	9.550 ha	4,49%
200-500	11.373 ha	5,35%
500-1.000 m	79.215 ha	37,24%
1.000-1.400 m	112.587 ha	52,92%

Di dataran tinggi Karo ini bisa ditemukan indahnya nuansa alam pegunungan dengan udara yang sejuk dan berciri khas daerah buah dan sayur.

Taman Simalem Resort merupakan salah satu objek wisata yang sangat mengagumkan di Tanah karo. Letaknya Bukit Merek, Sidikalang, dekat DanauToba. Dapat di tempuh kira-kira 2-3 jam dari kota Medan. Taman Simalem Resort (TSR) teletak di lereng Pegunungan wilayah barat laut danau Toba, salah satu danau terdalam dan tertinggi di dunia. Dengan suasana sejuk pedesaan, dan luas area yang mencapai 206 hektar, menjadikan Taman Simalem Resort cocok untuk rekreasi keluarga anda. Disamping itu, anda juga dapat

menikmati pemandangan Danau Toba dari taman ini. Mirip dengan Gren Hill City di sini juga terdapat beberapa fasilitas yang menarik, diantaranya :

1. Jungle Track & Camping Ground, merupakan kawasan hutan, tempat perkemahan.
2. Biwa, Marquisa & Orange Farm, merupakan kebun buah-buahan.
3. Helipad, merupakan area parkir untuk helikopter.
4. Merek Funland, merupakan tempat rekreasi atau taman bermain bagi keluarga.
5. Pangambatan Zoopark, merupakan taman satwa interaktif dan alami, dan masih banyak lagi.

Taman Simalem Resort merupakan sisi lain untuk melihat keindahan danau toba yang merupakan danau vulkanik terbesar di dunia yang terbentuk 75 ribu tahun yang lalu. Danau yang berukuran 100 km x 30 km ini terdapat di tengahnya sebuah pulau vulkanik bernama Pulau Samosir. Pemandangan danau Toba yang sangat indah dapat dilihat dari berbagai sisi, salah satunya dari Taman Simalem Resort yang berlokasi di atas barisan bukit di sebelah barat laut danau Toba. Lokasi Taman Simalem Resort dapat ditempuh 45 menit dari kota Berastagi dan sekitar 2,5 jam dari Kota Medan, ibukota propinsi Sumatera Utara. Danau Toba sejak lama menjadi daerah tujuan wisata penting di Sumatera Utara selain Bukit Lawang dan Nias, serta menarik para wisatawan domestik maupun mancanegara. Walaupun pembangunannya masih belum selesai sepenuhnya, namun taman ini ramai dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Lokasinya yang dekat dengan Danau Toba membuat taman ini menjadi incaran para wisatawan untuk menikmati pemandangan Danau Toba.

Taman ini dibangun pada ketinggian sekitar 1600 meter di atas permukaan laut. Berikut beberapa varian hasil pengembangan Taman Simalem Resort yang jadi terbesar di Sumatera Utara. Di antaranya:

- Teh

Jumlah populasi teh yang dikembangkan di Taman Simalem Resort akan mencapai 100.000 pohon dan terdiri dari varietas Assamese (dari Assam, India) yang diolah menjadi teh hitam dan Chinese (dari Tiongkok) yang diolah menjadi teh hijau. Teh berfungsi sebagai anti-oksidan dan bermanfaat menyerap lemak dan kolesterol yang ada di tubuh.

- Kopi

Taman Simalem Resort telah menanam lebih dari 2.000 pohon Kopi Arabica di sekeliling lapangan golf Gorat Ni Padang dan ke depan akan dikembangkan menjadi sekitar 5.000 pohon.

- Jeruk

Jeruk jenis Siam Madu yang ditanam di Taman Simalem Resort mencapai lebih dari 3.000 pohon dengan maksimum kapasitas produksi 30 ton per tahun.

- Markisa

Markisa terdiri dari dua jenis. Jenis berwarna kuning keemasan dengan rasa manis dikenal dengan nama Markisa Bandung. Jenis yang berwarna ungu kehitaman adalah Markisa Berastagi dan digunakan sebagai bahan pembuat sirup sari buah markisa. Kedua jenis ini ditanami di areal seluas 2,5 hektar di Taman Simalem Resort.

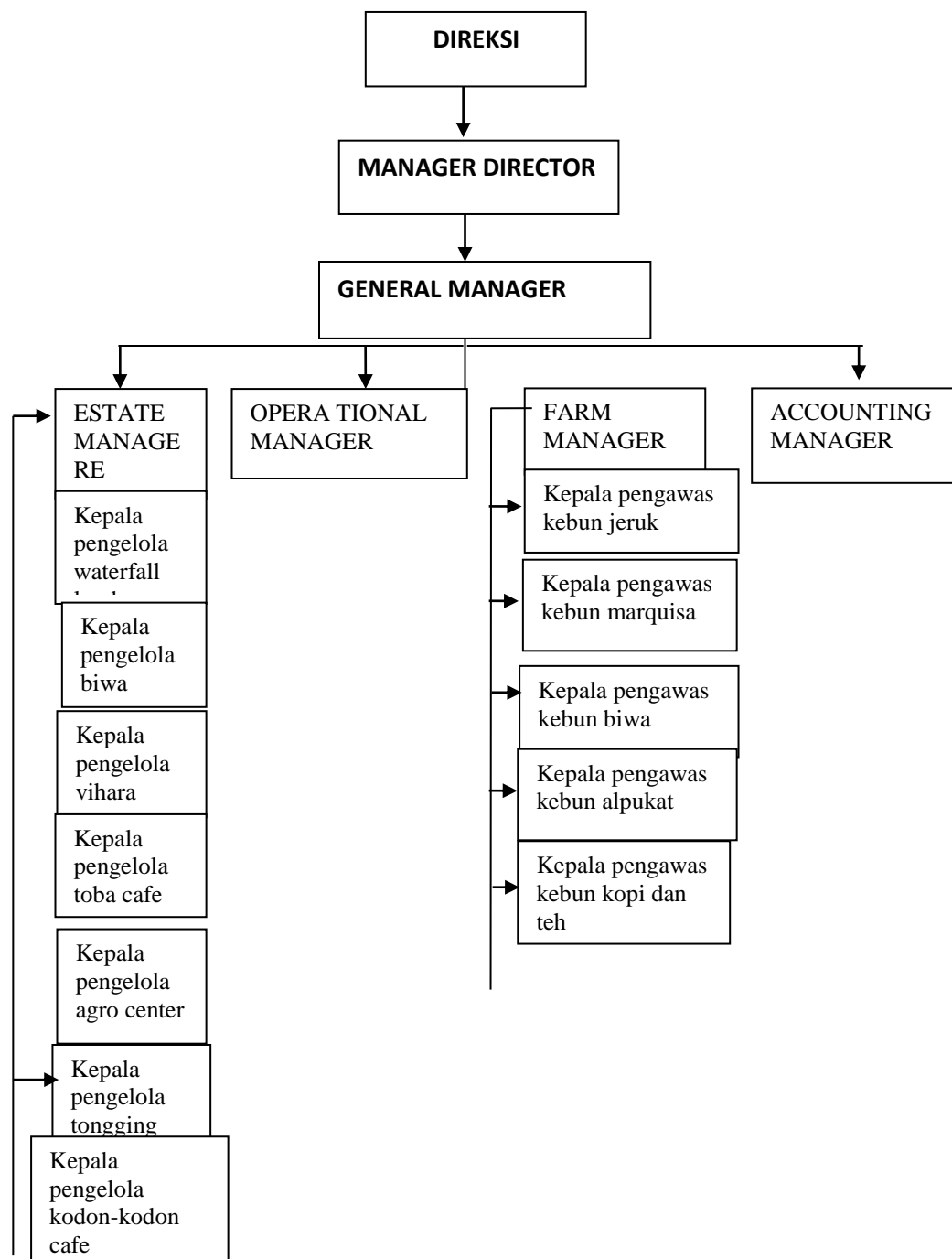
- Biwa

Taman Simalem Resort juga memiliki kebun Biwa terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara dengan luas 5 hektar dan lebih dari 1.700 pohon. Biwa, merupakan salah satu tanaman langka di Indonesia, oleh pakar kesehatan dikenal memiliki khasiat yang baik untuk paru-paru dan tenggorokan. Biwa mempunyai nilai gizi tinggi, di samping itu daun dan bijinya mengandung khasiat obat. Selain buahnya di taman simalem juga mengolah daun biwa menjadi teh daun biwa. Teh daun biwa berkhasiat untuk obat stres, diare dan menetralkan mabuk karena alkohol bahkan dapat menetralkan nikotin dalam tubuh perokok juga menurunkan kolestrol dan menghaluskan kulit.

Struktur Organisasi Taman Simalem Resort

Organisasi adalah sarana atau alat untuk mencapai tujuan organisasi, juga merupakan wadah (wahana) kegiatan orang-orang yang bekerja sama dalam usahanya mencapai tujuan. Semakin maju dan berkembangnya perusahaan maka setiap perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan keadaan internalnya, antara lain struktur organisasi yang dapat diterapkan di perusahaan itu. Pada dasarnya organisasi adalah sekelompok orang yang mau bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama, untuk mewujudkan tujuan yang diharapkan itu harus ada pembagian tugas yang jelas. Di dalam suatu organisasi setiap unsurnya mempunyai tugas mempunyai tugas dan fungsi yang tegas, memiliki pola hubungan kerja, lalu lintas wewenang dan tanggung jawab, dengan adanya pembagian kerja akan terdapat job deskripsion yang jelas, sehingga sekaligus dapat diterapkan susunan organisasi perusahaan, pendelegasian kekuasaan, rentang kekuasaan (rentang kendali), kesatuan pemerintah dan tanggung jawab serta adanya koordinasi. Taman Simalem Resort mempunyai

struktur organisasi lini (garis), hal ini dinyatakan dengan jelas susunan tugas-tugas dan tanggung jawab yang ada demi lancarnya proses operasional perusahaan dengan baik dan teratur sesuai dengan fungsi setiap jabatan pada perusahaan tersebut. Dikarenakan sturktur organisasi masih preopening – master plan, maka dapat berubah. Berikut ini adalah bagan stuktur organisasi Taman Simalem Resort, Merek :



Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan prasarana sangat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana akan mempercepat laju pembangunan. Sarana dan prasarana di Taman Simalem Resort sangat baik, hal ini dapat dilihat dari transportasi, keamanan, parkir, pusat informasi, tempat ibadah, dan kamar mandi/wc, tempat penginapan (hotel).

a. Transportasi

Transportasi merupakan alat yang vital bagi masyarakat/pengunjung untuk menuju taman simalem. Pihak simalem menyediakan transportasi untuk para pengunjung yang ingin jalan-jalan atau mengelilingi taman simalem resort. Sehingga dapat memudahkan pengunjung/konsumen untuk menjangkaunya dengan alat transportasi yang disediakan pihak taman simalem resort.

b. Keamanan

Keadaan keamanan di Taman Simalem Resort sangat aman, dimana terletak pos-pos keamanan di bagian depan pintu masuk maupun dalam taman simalem, di bagian parkir, juga ada petugas keamanan berkeliling untuk memantau pengunjung yang sedang jalan-jalan di sekitar lokasi taman simalem.

c. Parkir

Parkiran di taman simalem terdapat untuk sepeda motor atau kendaraan roda dua terletak di depan gedung setiap divisi yang di jaga scuriti.

d. Tempat Ibadah

Salah satu tempat ibadah yang terdapat di taman simalem resort adalah mushola yang terletak di bagian agro, sehingga memudahkan pengunjung maupun pegawai untuk beribadah.

Karakteristik Sampel

Total responden pada penelitian ini berjumlah 30 orang. Responden yaitu konsumen yang membeli Buah Biwa di Taman Simalem Resort. Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Buah Biwa seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel . Karakteristik Sampel

No.	Karakteristik	Rataan
1	Usia (tahun)	32
2	Tingkat pendidikan	15
3	Jumlah tanggungan	2
4	Pendapatan	4.933.333,33

Sumber: Data primer diolah 2017

Tenaga kerja merupakan penduduk yang berada dalam usia kerja. Menurut UU No.13 tahun 2003 Bab 1 pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan. Batas /jasa untuk memenuhi kebutuhan. Batas usia kerja yang berlaku di Indonesia adalah berumur 15 tahun – 64 tahun. Dari rata-rata usia responden buah biwa adalah 32 tahun. Umur produktif adalah umur dimana seseorang memiliki produktifitas yang tinggi sehingga masih efektif untuk bekerja dan menghasilkan pendapatan. Tinggi atau rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi banyaknya suatu permintaan.

Dari tabel diatas dapat dilihat rata-rata pendapatan responden buah biwa adalah Rp.4.933.333,33 /bulan.. Rataan jumlah tanggungan responden penelitian sebanyak 2 orang dalam membeli buah biwa, responden bisa juga dipengaruhi oleh anggota keluarga lain yang tinggal bersama – sama dengan konsumen. Semangkin banyak jumlah tanggungannya maka semangkin banyak pula kebutuhan yang harus di penuhi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Sampel

Total responden pada penelitian ini berjumlah 30 orang. Responden didapat yaitu konsumen membeli buah biwa di Taman Simalem Resort.

Karakteristik konsumen sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli buah biwa seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Karakteristik Sampel

No	Karakteristik	Rataan
1.	Usia (tahun)	32
2.	Tingkat pendidikan (Tahun)	15
3.	jumlah tanggungan (Orang)	2
4.	Pendapatan (Rp/Bulan)	4.933.333

Sumber: Data primer diolah 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat dari rata-rata umur responden buah biwa adalah 32 tahun, menunjukkan umur produktifitas (15-16 tahun). Umur produktif adalah umur dimana seseorang memiliki produktifitas yang tinggi sehingga masih efektif untuk bekerja dan menghasilkan pendapatan. Tingkat pendidikan dapat dilihat rata-rata 15 tahun atau setara dengan tamat sarjana. 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 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 2 orang, dalam membeli dan mengkonsumsi buah biwa, 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 jika pendapatan yang diperoleh cukup tinggi, Rata-rata pendapatan responden buah biwa adalah sebesar Rp 4.933.333/bulan.

Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Buah Biwa

Perilaku konsumen tidak dapat secara langsung dikendalikan oleh perusahaan karena itu perlu dicari informasi semaksimal mungkin. Banyak pengertian karena itu perlu di cari informasi semaksimal mungki. Banyak pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan para ahli, salah satunya “Enggel” 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 buah biwa dari beberapa parameter yang dibuat dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Buah Biwa

No	Parameter	Indikator
1	Ukuran	a. Besar (\pm 25 Buah/Kg) b. sedang (\pm 35 Buah/ Kg) c. kecil (\pm 45 Buah/Kg)
2	Manfaat	a. Ya b. tidak
3	Kesegaran	a. Segar b.Layu
4	Langka	a. Ya b. Tidak

Sumber: Data primer diolah 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat indikator-indikator dari parameter perilaku konsumen terhadap permintaan buah biwa antar lain:

a. Ukuran Buah Biwa

Buah biwa yang ditawarkan pihak Taman Simalem memiliki ukuran yang berbeda, ada yang besar, sedang, dan kecil. Buah memiliki ukuran sekitar sebesar ibu jari tangan dewasa. Buah biwa di tempat penelitian seharga Rp 75.000 untuk per Kg.

Tabel 3. Perilaku Konsumen Berdasarkan Ukuran Buah Biwa

Parameter Ukuran Buah Biwa	Jumlah Responden	persentase
Besar (\pm 25 Buah/Kg)	20	66,67%
Sedang (\pm 35 Buah/Kg)	6	20%
Kecil (\pm 45 Buah/Kg)	4	13,33%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data primer diolah 2017

Dari data diatas dapat dilihat parameter ukuran buah biwa dengan beberapa indikator sebagai berikut : (a) Konsumen yang memilih ukuran buah

biwa yang besar sebanyak 20 responden atau dengan persentase 66,67%. Banyaknya jumlah responden yang memilih buah biwa yang besar dikarenakan buah biwa yang besar dagingnya lebih tebal. (b) buah biwa yang berukuran sedang sebanyak 6 responden atau dengan persentase 20%. Alasan responden memilih yang sedang dikarenakan buahnya manis dan lebih enak dimakan. (c) sedangkan buah biwa yang berukuran kecil sedikit diminati responden yaitu sebanyak 4 responden atau dengan persentase 13,33%. Dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih suka memilih buah biwa yang berukuran besar yakni sebesar 20 responden (66,67%) dengan alasan pembelian buah biwa yang berukuran besar dagingnya lebih tebal dan lebih manis.

a. Manfaat Buah Biwa

Dari parameter manfaat terdapat 2 indikator yaitu bermanfaat (Ya) dan tidak bermanfaat (tidak). Perilaku konsumen terhadap indikator manfaat Buah Biwa menunjukkan bahwa konsumen membeli buah biwa bukan karena manfaat yang ada pada buah tersebut. Karena banyak responden menyatakan tidak mengetahui manfaat yang terkandung pada buah biwa. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Perilaku Konsumen Berdasarkan Manfaat Buah Biwa

Parameter Manfaat Buah Biwa	Jumlah Responden	Persentase
Ya	9	30%
Tidak	21	70%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data primer diolah 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat parameter manfaat buah biwa dengan beberapa indikator sebagai berikut : (a) Konsumen yang menyatakan buah biwa

bermanfaat sebanyak 9 responden atau dengan persentase 30%. Jumlah responden tersebut yang menyatakan bahwa buah biwa bermanfaat bagi tubuh dikarenakan konsumen sebelumnya sudah mengenal buah biwa dan sudah merasakan manfaat buah biwa tersebut. (b) Konsumen yang menyatakan buah biwa tidak bermanfaat sebanyak 21 responden atau dengan persentase 70%. Alasan responden menyatakan buah biwa tersebut tidak bermanfaat dikarenakan konsumen sebelumnya belum mengenal buah biwa atau belum pernah melihat buah biwa. Dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih banyak menyatakan buah biwa tidak bermanfaat dikarenakan konsumen belum mengetahui kandungan gizi di dalam buah biwa tersebut.

b. Kesegaran Buah Biwa

Dari parameter kesegaran terdapat 2 indikator yaitu segar dan layu. Kesegaran buah biwa dapat dilihat dari buah yang masih lembab, warnanya kuning kemerahan.kualitas yang bagus dan kesegaran buah biwa juga mempengaruhi warnanya. Buah biwa yang sudah tidak segar lagi, kulitnya layu, kriptur dan warnanya juga tidak bagus lagi.

Tabel 5. Perilaku Konsumen Berdasarkan Kesegaran Buah Biwa

Parameter Kesegaran Buah Biwa	Jumlah Responden	Persentase
Segar	30	100%
Tidak segar (layu)	-	-
Jumlah	30	100%

Sumber: Data primer diolah 2017

Dari data diatas dapat dilihat parameter kesegaran buah biwa dengan beberapa indikator sebagai berikut : (a) konsumen yang memilih buah biwa yang segar sebanyak 30 responden atau dengan persentase 100%. Alasannya karena

buah biwa yang segar mengandung lebih banyak air, rasanya lebih manis dan lebih banyak manfaat yang dikandung buah yang sear dibanding buah yang sudah layu. (b) konsumen yang memilih indikator tidak segar atau layu sebanyak 0%. Dapat disimpulkan bahwa konsumen lebih suka memilih buah biwa yang segar karena kualitas buahnya masih bagus dan kandungan nutrisinya masih banyak.

c. Kelangka Buah Biwa

Dari keberadaan buah biwa yang termasuk buah yang jarang di jumpai atau termasuk buah yang langka maka terdapat 2 indikator yaitu : membeli buah biwa karena langka, dan membeli buah biwa karena sudah mengenal buah biwa.

Tabel 6. Perilaku Konsumen Berdasarkan Kelangkaan Buah Biwa

Parameter Langka Buah Biwa	Jumlah Responden	Persentase
Langka	21	70%
Tidak	9	30%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data primer diolah 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat parameter kelangkaan buah biwa denga beberapa indikator yaitu sebagai berikut : (a) konsumen yang menyatakan buah biwa langka sebanyak 21 responden atau dengan persentase 70%. Banyaknya jumlah responden yang menyatakan buah biwa langka di karenakan konsumen sebelumnya belum pernah mengenal buah biwa atau buah biwa memang buah langka. (b) konsumen yang menyatakan sudah mengenal biwa sebanyak 9 responden atau dengan persentase 30%. Sedikitnya jumlah responden yang menyatakan mengenal buah biwa di karenakan konsumen tersebut sudah pernah melihat buah tersebut dan sudah pernah memakannya. Dapat disimpulkan bahwa

kebanyakan konsumen menyatakan bahwa buah biwa termasuk buah langka dengan jumlah responden sebanyak 21 responden atau dengan persentase 70% dikarenakan buah ini memang jarang di jumpai dan jarang di jual di pasar.

Pengaruh Harga, Tingkat Pendidikan, Jumlah Tanggungan dan Pendapatan terhadap Permintaan Buah Biwa

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

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Secara Parsial

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,075	,362		-,208	,837
	x1	1,200E-5	,000	,794	6,219	,000
	x2	,015	,026	,068	,569	,575
	x3	-1,994E-8	,000	-,073	-,489	,629
	x4	,050	,070	,113	,717	,480

a. Dependent Variable: y

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan pada persamaan berikut :

$$Y = ,075 - 1,200E-5 - 0,015 - 1,994E-8 + 0,050$$

1. Pengaruh Harga terhadap Permintaan Buah Biwa

Harga buah biwa berpengaruh terhadap perubahan tingkat konsumsi buah biwa di Taman Simalem Resort. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui

harga buah biwa Rp.75.000 per kg. Berdasarkan hasil data yang diperoleh nilai sig $0,000 < \alpha$ sebesar 0,05 dengan keputusan H_0 ditolak H_1 diterima. Nilai koefisien regresi variabel harga buah biwa sebesar $-1,200$ yang bernilai negatif. Hal ini sesuai dengan teori dimana menurut Pracoyo (2006) yang menyatakan bahwa hubungan antara harga barang dan jumlah barang yang diminta negatif.

Bila harga naik maka permintaan turun dan sebaliknya bila harga turun permintaan buah biwa akan meningkat sesuai asumsi *ceteris paribus*. Dengan demikian perubahan harga terhadap permintaan mempunyai arah yang berkebalikan. Dari hasil ini disimpulkan harga berpengaruh nyata terhadap permintaan buah biwa di Taman Simalem Resort.

2. Pengaruh Pendapatan terhadap Permintaan Buah Biwa

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 ikut menurun. Walaupun dalam kenyataannya pendapatan tidak selalu menjadi hal prioritas konsumen untuk produk tertentu yang sangat dibutuhkan kegunaannya untuk dirinya. Dari data yang diperoleh rata-rata konsumen sampel memiliki pendapatan sebesar Rp.4.933.333,33 Dimana pendapatan keluarga tertinggi adalah Rp 8.000.000/bulan dan pendapatan keluarga terendah adalah Rp 3.000.000/bulan.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh nilai sig $0,629 > \alpha$ sebesar 0,05 pada tingkat kepercayaan 95% maka keputusan H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti bahwa pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah biwa.

Tabel 8. Pendapatan Terhadap Permintaan

Nomor Sampel	Pendapatan Per Bulan	Permintaan/kg
1	4.000.000	1
2	5.000.000	1
3	3.000.000	1
4	5.000.000	2
5	5.000.000	1
6	4.000.000	1
7	4.000.000	1
8	7.000.000	2
9	5.000.000	1
10	5.000.000	2
11	4.000.000	1
12	8.000.000	1
13	6.000.000	1
14	6.000.000	1
15	4.000.000	1
16	5.000.000	1
17	7.000.000	1
18	4.000.000	1
19	6.000.000	1
20	4.000.000	1
21	4.000.000	1
22	8.000.000	1
23	4.000.000	1
24	4.000.000	1
25	4.000.000	1
26	5.000.000	1
27	4.000.000	1
28	4.000.000	1
29	5.000.000	1
30	5.000.000	1

Sumber : Data Primer Olah 2017

Dari tabel 8 dapat dilihat bahwa konsumen melakukan pembelian buah biwa pada dasarnya tidak sesuai dengan pendapatan yang dimiliki setiap bulannya, sehingga berapa pun pendapatan mereka, mereka tetap membeli buah biwa karena penasaran. Dapat dikatakan bahwa ketika pendapatan mengalami

perubahan maka jumlah permintaan akan buah biwa tidak mengalami perubahan.

3. Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Permintaan Buah Biwa

Pendidikan seseorang sangat mempengaruhi pilihannya. Apabila pendidikan konsumen tinggi maka akan lebih memilih barang yang berkualitas baik.

Dari hasil penelitian ternyata tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap jumlah pembelian atau mengkonsumsi buah biwa. Berdasarkan hasil data yang diperoleh nilai sig ,575 > alpha 0,05 pada tingkat kepercayaan 95% maka keputusan H_1 ditolak H_0 diterima, yang berarti bahwa jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah biwa. Karena di tempat penelitian yang dilakukan bukan hanya konsumen yang berpendidikan tinggi saja yang penasaran akan buah ini. Konsumen membeli buah biwa ini berdasarkan keingintauan mereka akan buah ini. dan kebanyakan konsumen belum tau manfaat yang di kandung buah biwa.

4. Pengaruh Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan Buah Biwa

Dari hasil penelitian ternyata jumlah tanggungan tidak berpengaruh terhadap jumlah pembelian atau mengkonsumsi buah biwa. Berdasarkan hasil data yang diperoleh nilai sig ,480 > alpha 0,05 pada tingkat kepercayaan 95% maka keputusan H_1 ditolak H_0 diterima, yang berarti bahwa jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah biwa. Ini dikarenakan di tempat penelitian yang dilakukan konsumen yang membeli buah biwa ini bukan berdasarkan jumlah tanggungan mereka, karena buah ini belum banyak di jumpai di pasar-pasar dan banyak konsumen yang belum mengenal buah biwa maka

mereka membeli buah ini berdasarkan keinginan bukan berdasarkan jumlah tanggungan mereka.

Tabel 9. Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan Buah Biwa

Nomor Sampel	Jumlah tanggungan	Permintaan/kg
1	1	1
2	1	1
3	2	1
4	2	2
5	1	1
6	2	1
7	1	1
8	4	2
9	2	1
10	3	2
11	1	1
12	2	1
13	2	1
14	3	1
15	1	1
16	2	1
17	3	1
18	1	1
19	2	1
20	2	1
21	1	1
22	2	1
23	1	1
24	1	1
25	1	1
26	2	1
27	2	1
28	1	1
29	2	1
30	2	1

Sumber : Data Primer Olah 2017

Dari tabel 9 dapat dilihat bahwa jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah biwa, karena melihat buah biwa yang langka jadi banyak konsumen hanya sekedar penasaran terhadap buah ini, bukan membeli buah biwa sesuai dengan jumlah tanggungan konsumen. Ditinjau dari penelitian

yang telah dilakukan jumlah pembelian konsumen pada umumnya tidak dipengaruhi oleh banyak jumlah tanggungan mereka. Hal ini disebabkan faktor penasarannya terhadap buah biwa karena buah biwa termasuk buah langka dan jarang dijumpai di pasar-pasar.

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Secara Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,854 ^a	,730	,686	,19364

a. Predictors: (Constant), x4, x2, x1, x3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,529	4	,632	16,864	,000 ^b
	Residual	,937	25	,037		
	Total	3,467	29			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x4, x2, x1, x3

Dari tabel 10 diatas dapat diketahui hasil nilai pengujian nilai koefisien determinasi R-square dari penelitian ini sebesar 0,686 dimana nilai ini mengidentifikasi bahwa secara simultan (serempak) jumlah permintaan dipengaruhi harga, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jumlah tanggungan sebesar 68,6% selebihnya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 31,4%. Hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai Multiple R sebesar 0,854 yang mengartikan bahwa secara menyeluruh ada hubungan yang erat antara harga, tingkat pendidikan, pendapatan, dan jumlah tanggungan terhadap permintaan buah biwasebesar 85,4%. Hal ini didukung oleh nilai sig sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ sehingga H_0 ditolak H_1 diterima, yang berarti

ada pengaruh nyata secara keseluruhan antara harga,tingkat pendidikan, pendapatan,dan jumlah tanggungan terhadap permintaan buah biwa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Secara parsial, variabel harga berpengaruh nyata terhadap permintaan buah biwa sedangkan variabel pendapatan, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah biwa pada tingkat kepercayaan 95%.
2. Secara simultan (serempak) jumlah permintaan buah biwa dipengaruhi oleh harga, tingkat pendidikan, pendapatan dan jumlah tanggungan sebesar 68,6%, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 31,4,7%. Hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai Multiple R sebesar 0,854 yang mengartikan bahwa secara menyeluruh ada hubungan yang erat antara harga, tingkat pendidikan, pendapatan dan jumlah tanggungan terhadap permintaan buah biwa sebesar 85,4
3. Konsumen lebih memilih buah biwa yang segar yaitu sebanyak 30 responden (100%). Buah biwa besar 20 responden (66,67%). Konsumen yang menyatakan buah biwa bermanfaat 9 responden (30%) dan yang menyatakan tidak bermanfaat 21 responden (70%), dan 22 responden (73,33%) yang menyatakan penasaran atau yang menyatakan buah biwa langka dan 8 responden (26,67%) yang menyatakan sudah mengenal buah biwa.

Saran

Adapun saran yang diberikan yaitu hendaknya pemerintah lebih memantau perkembangan produksi buah biwa, melihat kondisi buah biwa yang langka dan memiliki gizi yang bermanfaat bagi tubuh serta memiliki nilai ekonomis yang

tinggi, jadi pemerintah harus lebih peduli terhadap perkembangan produksi buah biwa untuk sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Eka Sunarya, Eliza dan Evy Maharani. 2014. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Jamur Tiram Di Kota Pekanbaru*. Jurnal. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar ekonomi pertanian*. Jakarta : Bumi Aksara
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, edisi 12*. indeks Jakarta
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1, edisi 12*. Erlangga. Jakarta
- Nuraini, I. 2012. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : Penerbit Pusat
- Rambe, A. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terong Belanda D Pasar Penampungan Medan*. Skripsi. Jurusan Agribisnis fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Pracoyo, A. 2006. *Aspek dasar ekonomi mikro*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Surmawan,U. 2002. *Perilaku konsumen*. Jakarta : Ghailia Indonesia
- Suryani.Tatik,2008. *Perilaku Konsumen*. PT.Graha Ilmu.Yogyakarta
- Sugiyono, 2007. *Statistika untuk penelitian*. CV. Alfabet. Bandung
- Simamora, B. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia. Jakarta
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku konsumen, teori dan penerapannya dalam pemasaran*, Ghilia Indonesia. Bogor
- Sukirno, S. 2009. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi edisi 13*. Rajawali Pers.

Lampiran 1. Karakteristik Responden

No	Umur	Jumlah	Pendidikan	Pendapatan	
Sampel	Pekerjaan Tanggung	(Tahun)		(Rp)	
1	23 Wirswasta	1	16	4.000.000	
2	24 Wirswasta	1	16	5.000.000	
3	24 Wirswasta	2	12	3.000.000	
4	29 Wirswasta	2	16	5.000.000	
5	28	1	12	5.000.000	Polisi
6	32	2	12	4.000.000	Tni
7	31 PegawaiBank	1	16	4.000.000	
8	41 Wirswasta	4	16	7.000.000	
9	32	2	16	5.000.000	Pegawai
10	36 Wirswasta	3	16	5.000.000	
11	31	1	16	4.000.000	Guru
12	33 Wirswasta	2	16	8.000.000	
13	34 Pengusaha	2	16	6.000.000	
14	36 Pengusaha	3	16	6.000.000	
15	38	1	16	4.000.000	Pegawai
16	28	2	16	5.000.000	Pegawai
17	37 Pengusaha	3	16	7.000.000	
18	41	1	12	4.000.000	Tni
19	37 Wirswasta	2	16	6.000.000	
20	36 Wirswasta	2	12	4.000.000	
21	28	1	16	4.000.000	Pegawai
22	38	2	18	8.000.000	Dokter
23	28	1	16	4.000.000	Pegawai
24	26 PegawaiBank	1	16	4.000.000	
25	28	1	16	4.000.000	Pegawai
26	32	2	16	5.000.000	Pegawai
27	31	2	16	4.000.000	Guru
28	28	2	16	4.000.000	Pns
29	31	2	16	5.000.000	Pns
30	32 Wirswasta	2	16	5.000.000	
Total	943	53	462	148.000.000	
Rataan 31	2	15	4.933.333,33		

Sumber : Data Primer Olah 2017

Lampiran 2. Pendapatan Terhadap Permintaan

Nomor Sampel	Pendapatan Per Bulan	Permintaan/kg
1	4.000.000	1
2	5.000.000	1
3	3.000.000	1
4	5.000.000	2
5	5.000.000	1
6	4.000.000	1
7	4.000.000	1
8	7.000.000	2
9	5.000.000	1
10	5.000.000	2
11	4.000.000	1
12	8.000.000	1
13	6.000.000	1
14	6.000.000	1
15	4.000.000	1
16	5.000.000	1
17	7.000.000	1
18	4.000.000	1
19	6.000.000	1
20	4.000.000	1
21	4.000.000	1
22	8.000.000	1
23	4.000.000	1
24	4.000.000	1
25	4.000.000	1
26	5.000.000	1
27	4.000.000	1
28	4.000.000	1
29	5.000.000	1
30	5.000.000	1

Sumber : Data Primer Olah 2017

Lampiran 3. Tingkat Pendidikan Terhadap Permintaan Buah Biwa

Nomor Sampel	Tingkat Pendidikan	Permintaan/kg
1	16	1
2	16	1
3	12	1
4	16	2
5	12	1
6	12	1
7	16	1
8	16	2
9	16	1
10	16	2
11	16	1
12	16	1
13	16	1
14	16	1
15	16	1
16	16	1
17	16	1
18	12	1
19	16	1
20	12	1
21	16	1
22	18	1
23	16	1
24	16	1
25	16	1
26	16	1
27	16	1
28	16	1
29	16	1
30	16	1

Sumber : Data Primer Olah 2017

Lampiran 4. Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan Buah Biwa

Nomor Sampel	Jumlah tanggungan	Permintaan/kg
1	1	1
2	1	1
3	2	1
4	2	2
5	1	1
6	2	1
7	1	1
8	4	2
9	2	1
10	3	2
11	1	1
12	2	1
13	2	1
14	3	1
15	1	1
16	2	1
17	3	1
18	1	1
19	2	1
20	2	1
21	1	1
22	2	1
23	1	1
24	1	1
25	1	1
26	2	1
27	2	1
28	1	1
29	2	1
30	2	1

Sumber : Data Primer Olah 2017

Lampin 5. Perilaku Konsumen Terhadap Kesegaran Buah Biwa

No	Ukuran Buah Biwa	
	Segar	Layu
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	✓	-
Total	30	-

Sumber : Data Primer Olah 2017

Lampin 6. Perilaku Konsumen Terhadap Ukuran Buah Biwa

No	Ukuran Buah Biwa		
	Besar	Sedang	Kecil
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	✓	-	-
Total	20	6	4

Sumber : Data Primer Olah 2017

Lampiran 7. Perilaku Konsumen Terhadap Manfaat Buah Biwa

No	Manfaat Bagi Kesehatan	
	Ya	Tidak
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	9	21

Sumber : Data Primer Olah 2017

Lampiran 8. Perilaku Konsumen Terhadap Kelangkaan Buah Biwa

No	Ya	Tidak
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	8	22

Sumber : Data Primer Olah 2017

Lampiran 9. Jumlah Permintaan Buah Biwa

No Sampel	Jumlah Permintaan (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Pendapatan (Rp)
1	1	75.000	4.000.000
2	1	75.000	5.000.000
3	1	75.000	3.000.000
4	2	150.00	5.000.000
5	1	75.000	5.000.000
6	1	75.000	4.000.000
7	1	75.000	4.000.000
8	2	150.000	7.000.000
9	1	75.000	5.000.000
10	2	150.000	5.000.000
11	1	75.000	4.000.000
12	1	75.000	8.000.000
13	1	75.000	6.000.000
14	1	75.000	6.000.000
15	1	75.000	4.000.000
16	1	75.000	5.000.000
17	1	75.000	7.000.000
18	1	75.000	4.000.000
19	1	75.000	6.000.000
20	1	75.000	4.000.000
21	1	75.000	4.000.000
22	1	75.000	8.000.000
23	1	75.000	4.000.000
24	1	75.000	4.000.000
25	1	75.000	4.000.000
26	1	75.000	5.000.000
27	1	75.000	4.000.000
28	1	75.000	4.000.000
29	1	75.000	5.000.000
30	1	75.000	5.000.000
Jumlah	33	2.445.000.000	148.000.000
Rataan	1,1	81.500	4.933.333,33

Sumber : Data Primer Olah 2017

Lampiran 10. Hasil Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,854 ^a	,730	,686	,19364

a. Predictors: (Constant), x4, x2, x1, x3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,529	4	,632	16,864	,000 ^b
	Residual	,937	25	,037		
	Total	3,467	29			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x4, x2, x1, x3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,075	,362		-,208	,837
	x1	1,200E-5	,000	,794	6,219	,000
	x2	,015	,026	,068	,569	,575
	x3	-1,994E-8	,000	-,073	-,489	,629
	x4	,050	,070	,113	,717	,480

a. Dependent Variable: y

