

**NALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
PERMINTAAN CABAI GILING (STUDI KASUS: DI PASAR
ONAN BARUS KECAMATAN BARUS KABUPATEN
TAPANULI TENGAH)**

SKRIPSI

Oleh :

SATRIO UTOMO

1504300054

AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
PERMINTAAN CABAI GILING (SETUDI KASUS; DI PASAR
ONAN BARUS KECAMATAN BARUS KABUPATEN
TAPANULI TENGAH)**

SKRIPSI

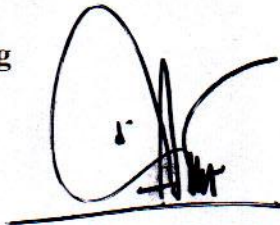
Oleh:

**SATRIO UTOMO
1504300054
AGRIBISNIS**

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

Komisi Pembimbing


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


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

Disahkan Oleh:


Dekan
Ir. Asritanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus: 14 Agustus 2020

PERNYATAAN

Dengan ini saya

Nama : SATRIO UTOMO

Npm : 1504300054

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Cabai Giling di Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah adalah hasil dari penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain saya akan mencatumkan sumber yang jelas.

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

Medan, Agustus 2020

Yang menyatakan



SATRIO UTOMO

RINGKASAN

Satrio Utomo. ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN CABAI GILING DI PASAR ONAN BARUS KECAMATAN BARUS KABUPATEN TAPANULI TENGAH.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan (1) Untuk menganalisa perilaku konsumen dalam membeli cabai giling di Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah dan (2) Untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai giling di Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah. Adapun sampel yang digunakan sebanyak 30 orang konsumen yang sedang membeli cabai giling di Pasar Onan Barus. Dalam penelitian ini digunakan analisis deskriptif dengan menggunakan analisis statistik dari skor yang diperoleh berdasarkan wawancara untuk melihat perilaku konsumen. Sedangkan untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi digunakan metode analisis regresi linear berganda dengan variabel bebas yang digunakan adalah harga cabai giling (X1), harga cabai merah segar (X2), pendapatan (X3) dan jumlah anggota keluarga (X4) dengan variabel terikat permintaan cabai giling (Y).

Hasil Penelitian ini ditemukan bahwa perilaku konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap cabai giling di Pasar Onan Barus dikarenakan harga, kebutuhan dan kepraktisan. Hasil uji F diperoleh bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Hasil uji t diperoleh bahwa variabel pendapatan (X3) dan jumlah anggota keluarga (X4) berpengaruh secara parsial terhadap permintaan cabai giling (Y), sedangkan variabel harga cabai giling (X1) dan harga cabai merah segar (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap permintaan cabai giling (Y). Hasil uji R^2 diperoleh bahwa sebesar 85,2% permintaan cabai giling dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian.

ABSTRACT

Satrio Utomo. ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN CABAI GILING DI PASAR ONAN BARUS KECAMATAN BARUS KABUPATEN TAPANULI TENGAH.

This research was conducted with the aim of (1) to analyze consumer behavior in buying ground chilies in Onan Barus Market, Barus District, Central Tapanuli Regency and (2) to analyze the factors that influence the demand for ground chili in Onan Barus Market, Barus District, Central Tapanuli Regency. The sample used was 30 consumers who were buying ground chilies at Onan Barus Market. In this study, descriptive analysis was used using statistical analysis of the scores obtained based on interviews to see consumer behavior. Meanwhile, to see the factors that influence the multiple linear regression analysis method is used with the independent variables used are the price of ground chili (X1), the price of fresh red chili (X2), income (X3) and the number of family members (X4) with the dependent variable demand. ground chilies (Y).

The results of this study found that consumer behavior in making purchasing decisions for ground chilies at Onan Barus Market was due to price, necessity and practicality. The results of the F test show that collectively or simultaneously the independent variables have a significant effect on the dependent variable. The results of the t test showed that the variable income (X3) and the number of family members (X4) had a partial effect on the demand for ground chili (Y), while the variable price of ground chili (X1) and the price of fresh red chili (X2) had no partial effect on demand. ground chilies (Y). The results of the R² test showed that 85.2% of the demand for ground chilies could be explained by the independent variables used in the study.

RIWAYAT HIDUP

SATRIO UTOMO di lahirkan di Bajamas, 26 agustus 1997. Anak pertama dari empat bersaudara dari ayahanda EDY SUWANTORO dan ibunda NUR ISTIKOMAH. Dengan alamat jalan Banyuwangi Kelurahan Bajamas Kecamatan Sirandorong Kabupaten Tapanuli Tengah. Jenjang pendidikan yang telah di tempuh penulis :

1. Pada tahun 2003-2009 menjalani pendidikan di SDN 158326 Bajamas Dua
2. Pada tahun 2009-2012 menjalani pendidikan di SMP Negeri 1 Sirandorong Kabupaten Tapanuli Tengah
3. Pada tahun 2012-2015 menjadi pendidik di SMA Negri 1 Sirandorong
4. Pada tahun 2015 sampai sekarang menjalani pendidikan di perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, Fakultas Pertanian prodi Agribisnis
5. Tahun 2017 menjalani (PKL) di PTPN 4 PASIR MANDOGGE, pada bulan desember sampai januari
6. Melaksanakan penelitian skripsi dengan judul skripsi “ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAHAN CABAI GILING DI PASAR ONAN BARUS KECAMATAN BARUS KABUPATEN TAPANULI TENGAH”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran ALLAH Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang berilmu pengetahuan seperti saat ini.

Skripsi ini merupakan suatu persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk menyelesaikan Studi Strata (S1) dalam Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Maka penulis menyusun skripsi yang berjudul **“Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Cabai Giling Di Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah”**.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda Edi Suwanto dan Ibunda Nur Istiqomah, yang telah memberikan dukungan moril maupun materil serta selalu memberikan kasih sayang, motivasi dan doa tulus disepanjang kehidupan
2. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

4. Ibu Sasmita Siregar, S.P., M.Si selaku ketua komisi pembimbing.
5. Bapak Muhammad Thamrin S.P., M.Si selaku anggota komisi pembimbing
6. Kepada seluruh staf dan karyawan di fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara
7. Kepada seluruh teman teman dan semua pihak yang telah bertindak untuk membantu dalam penulisan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya atas bantuan dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa sekripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik dari segi penulisan maupun tata bahasa, maka dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan keritikan serta masukan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan semoga peneliti ini bermanfaat bagi kita semua.

Medan, Agustus 2020

Penulis

SATRIO UTOMO

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
<i>ABSTRACT</i>	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	
.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	
.....	xiii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	4
Manfaat Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Cabai Giling	5
Perilaku Konsumen	5
Permintaan	7
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan	7
Penelitian Terdahulu	9
Kerangka Pemikiran	10
Hipotesis Penelitian	12
METODE PENELITIAN	13
Metode Penelitian	13
Metode Penentuan Lokasi Penelitian	13
Metode Pengambilan Sampel	13
Metode Pengambilan Data	14
Metode Pengumpulan Data	14
Metode Analisis Data	15
Definisi dan Batasan Operasional	19
GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	20

Letak Geografis Kecamatan Barus	20
Pasar Onan Barus	20
Sarana dan Prasarana.....	20
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	21
Karakteristik Responden	21
Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Giling	26
KESIMPULAN DAN SARAN.....	33
Kesimpulan.....	33
Saran	33
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN.....	36

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Sarana dan Prasarana Pasar Onan Baru	20
2.	Jenis Kelamin Responden	21
3.	Usia Responden	21
4.	Pendidikan Akhir Responden	22
5.	Pekerjaan Responden	22
6.	Pengambilan Keputusan Pembelian Berdasarkan Harga	23
7.	Pengambilan Keputusan Pembelian Berdasarkan Kebutuhan.....	24
8.	Pengambilan Keputusan Pembelian Berdasarkan Mutu Produk	24
9.	Pengambilan Keputusan Berdasarkan Praktis	25
10.	Pengambilan Keputusan Berdasarkan Minat Keluarga.....	26
11.	Uji Normalitas	27
12.	Uji Multikolinearitas	28
13.	Uji Heterokedastisitas.....	28
14.	Uji Hipotesis.....	29

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran	11

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Responden.....	37
2.	Variabel Penelitian	38
3.	Uji Normalitas	39
4.	Uji Multikolinearitas.....	39
5.	Uji Heterokedastisitas	39
6.	Uji Regresi Linear Berganda	40
7.	Uji F.....	40
8.	UJI Koefesien Determinasi	40

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di zaman yang semakin maju ini, pertumbuhan penduduk dan teknologi sangat berkembang pesat. Teknologi sendiri memilik peran penting didalam dunia bisnis terutama dibidang pangan, sehingga di dalam mengonsumsi produk, perilaku konsumen di zaman ini identik dengan segala sesuatu yang serba instan dan praktis. Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan mengevaluasi (Griffin, 2005). Kesadaran untuk memahami perilaku konsumen dan memuaskan konsumen merupakan aspek paling utama yang harus diperhatikan oleh suatu produsen. Semakin selektifnya konsumen menentukan pilihan dalam membeli sebuah produk merupakan peringatan bagi para pelaku pasar terhadap upaya untuk memuaskan konsumen. Dalam memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena konsumen mempunyai sifat, perspektif, keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda.

Permintaan merupakan jumlah keseluruhan barang atau jasa yang ingin dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga. Hukum permintaan menyatakan bahwa ketika harga suatu barang meningkat, jumlah permintaan barang tersebut akan menurun dan jika harga barang turun, jumlah permintaan barang akan naik dengan catatan faktor lainnya dianggap tetap (*ceteris paribus*).

Jenis tanaman Sayur-sayuran adalah salah satu komoditas yang masuk golongan hortikultura dan telah mendapat prioritas utama pemerintah dalam program intensifikasi tanaman pangan, karena sayuran memiliki peranan penting

dalam pemenuhan kebutuhan hidup manusia untuk menjadai pelengkap makanan pokok. Salah satu jenis sayuran yang termasuk memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan manusia, khususnya di Indonesia yaitu tanaman cabai. Cabai adalah salah satu komoditi yang masuk kedalam golongan hortikultura. Cabai dapat digolongkan juga kedalam golongan sayuran rempah, dimana sayuran rempah digunakan sebagai bumbu pelengkap untuk memasak agar masakan tersebut memiliki cita rasa. Cabai merah banyak digunakan sebagai bumbu pelengkap hampir di setiap masakan yang ada. Walaupun penggunaan cabai dalam masakan tidak terlalu banyak, akan tetapi jika masakan tersebut tidak memakai cabai seperti belum nikmat rasa dari masakan tersebut (Aak, 1988).

Di Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah ini selalu menyediakan cabai terutama cabai merah, pasar ini sudah mencukupi untuk konsumen, akan tetapi harga jual cabai merah berubah-ubah setiap waktunya, hal tersebut bisa disebabkan karena faktor-faktor tertentu, salah satu faktor tersebut adalah penahanan jumlah stok cabai merah ataupun jumlah cabai merah yang tidak sesuai dengan permintaan konsumen jumlahnya.

Cabai merah memiliki karakteristik yang mudah rusak jika disimpan cukup lama. Sehingga dibutuhkan pengolahan cabai merah menjadi produk lain agar dapat bertahan lama. Adapun salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengolah cabai merah menjadi cabai giling.

Cabai giling merupakan salah satu bentuk olahan dari cabai merah. Dimana proses pembuatan cabai giling ini menggunakan mesin penggiling dengan ditambahkan air serta garam. Cabai giling sendiri banyak dijual di pasar tradisional dan banyak digunakan oleh para ibu rumah tangga serta pedagang-

pedagang makanan dikarenakan sifatnya yang praktis untuk digunakan. Kebutuhan akan cabai merah giling semakin meningkat sejalan dengan semakin beragamnya jenis dan menu masakan yang menggunakan cabai merah giling (Rosaria dan Rahayu, 2008). Cabai giling merupakan salah satu primadona masyarakat khususnya di Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah sebagai bahan untuk memasak dan membuat cemilan atau makanan olahan lainnya.

Adapun dalam memilih jenis cabai giling menimbulkan banyaknya alasan dan pertimbangan yang menjadi dasar masyarakat untuk membelinya. Terdapat berbagai macam atribut-atribut yang menjadi acuan bagi masyarakat, misalnya rasa, warna, kesegaran dan komposisi dari produk cabai giling tersebut, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku dari seorang konsumen dalam melakukan keputusan atas suatu pembelian barang maupun jasa.

Pendidikan dan juga pendapatan yang diperoleh konsumen pada tingkat yang berbeda-beda serta kebutuhan untuk memenuhi setiap rumah tangga konsumen, memiliki pengaruh atas perilaku dari seorang konsumen dalam menjalankan aktifitas yang berhubungan dengan ekonomi khususnya berbelanja barang maupun jasa. Gaya hidup sehat menjadi *trend* pada saat ini, dengan cara mengkonsumsi produk-produk yang dibuat secara alamiah tanpa ada campuran bahan kimia. Perubahan dari pola konsumsi tersebut juga dapat merubah perilaku konsumen untuk menentukan pembeliannya.

Kenyataan inilah yang mendorong peneliti untuk mengetahui lebih lanjut mengenai “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Cabai Giling Di Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah”

Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah yang telah diidentifikasi. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian cabai giling di Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah ?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan cabai giling di Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa perilaku konsumen dalam membeli cabai giling di Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah.
2. Untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai giling di Pasar Onan barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah.

Manfaat Penelitian

1. Mengetahui perilaku konsumen terhadap permintaan cabai giling sehingga dapat menjadi masukan bagi pedagang dalam memasarkan cabai giling.
2. Sebagai bahan masukan bagi instansi terkait dan informasi bagi para pedagang Pasa Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah agar dapat mengetahui cara bertahan dan tetap bersaing antara sesama pedagang.
3. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi para peneliti lainnya yang berkenan dengan judul penelitian yang sama.

TINJAUAN PUSTAKA

Cabai Giling

Cabai giling adalah satu dari sekian banyak bentuk olahan yang menggunakan bahan dasar cabai. Cabai giling di proses dengan menggunakan suatu mesin penggiling dengan menambahkan bahan lainnya seperti air serta garam. Cabai giling sendiri banyak tersedia dan dijual di pasar tradisional. Dalam penggunaannya, cabai giling banyak digunakan oleh ibu rumah tangga dan juga pedagang-pedagang makanan. Kebutuhan akan cabai merah giling semakin meningkat sejalan dengan semakin beragamnya jenis dan masakan yang menggunakan cabai merah giling (Rosaria dan Rahayu, 2008).

Dipasar sendiri terdapat dua jenis cabai giling, dimana jenis tersebut adalah cabai giling kasar dan cabai giling halus. Cabai giling halus adalah jenis cabai giling yang di proses dengan cara menggiling semua komponen cabai hingga halus sampai tidak tampak sedikitpun sisa-sisa hancuran dari biji cabai yang digiling tersebut. Sedangkan untuk cabai giling kasar sendiri masih mengandung biji, hal tersebut terjadi karena cabai giling kasar dibuat tanpa adanya penambahan air. Perbedaan antara pembuatan cabai giling halus dan kasar terdapat pada pengaturan jari-jari mesin penggiling cabai yang digunakan pada saat mengolah cabai merah tersebut (Rosaria, 2007). Namun yang dijual di Pasar Onan Barus adalah jenis cabai giling halus.

Perilaku Konsumen

Menurut Schrifman dan Kanuk dalam Suryani (2008), bahwa perilaku konsumen merupakan studi yang mengkaji bagaimana individu membuat keputusan. Perilaku konsumen adalah kegiatan maupun tindakan serta proses

psikologis yang mendorong seorang konsumen sebelum membeli, menggunakan maupun menghabiskan barang atau jasa setelah melakukan evaluasi.

Perilaku konsumen di definisikan sebagai studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan konsumsi, pembuangan barang barang, jasa, pengalaman serta ide-ide. Pengetahuan tentang perilaku konsumen dapat juga membantu pengembangan kebijakan publik. Kebijakan publik yang menyangkut masalah perilaku konsumen adalah pengembangan hukum dan peraturan yang mempengaruhi para konsumen di dunia bisnis (Mowen dan Minor, 2002).

Studi perilaku konsumen sebagai disiplin ilmu pemasaran yang terpisah di mulai ketika pemasaran menyadari bahwa para konsumen tidak selalu bertindak atau memberikan reaksi seperti yang dikemukakan oleh teori pemasaran. Banyak konsumen menolak memakai produk yang sama dengan yang di pakai oleh orang lain. Sebaliknya mereka lebih menyukai produk yang terbedakan yang mereka rasa mencerminkan kebutuhan khusus, kepribadian, dan gaya hidup mereka (Schrifman, 2000).

Produsen memiliki tugas penting untuk memahami perilaku konsumen, untuk itu produsen yang menghasilkan serta menjual barang ataupun jasa harus memiliki strategi yang jitu. Untuk memahami kebutuhan dan keinginan seorang konsumen, produsen harus memahami perilaku konsumen agar konsumen tersebut merasa terpuaskan sehingga konsumen tersebut dapat menjadi pelanggan setia. (Setiadi, 2013).

Menurut Loudon dan Bitta dalam Marbun (2014), menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang

dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa.

Menurut Kotler dan Keller dalam Marbun (2014), perilaku konsumen merupakan sikap seorang konsumen disaat menentukan keputusan untuk pembelian barang atau juga jasa. Adapaun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen sebelum melakukan pembelian akan barang maupun jasa terdiri dari faktor psikologis, faktor pribadi dan faktor sosial.

Permintaan

Permintaan (*demand*) terhadap suatu barang atau jasa dapat didefinisikan sebagai suatu hubungan antara sejumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk dibeli di pasar pada tingkat harga dan waktu tertentu (Lukman, 2007). Dalam menganalisis mengenai permintaan perlu disadari perbedaan antara permintaan dengan jumlah barang yang diminta. Sedangkan menurut (Firdaus, 2009) permintaan itu dapat dikatakan sebagai keinginan seseorang konsumen untuk memiliki suatu barang pada tingkat harga dan waktu yang tertentu.

Hukum suatu permintaan dapat bersifat berlaku mutlak, jika dalam keadaan *ceteris paribus* (faktor-faktor lain dianggap tetap). Hukum permintaan berbunyi apabila harga suatu barang atau jasa turun maka jumlah permintaan akan naik dan sebaliknya apabila harga suatu barang atau jasa mengalami kenaikan, maka jumlah permintaan akan turun. (Suprayitno, 2008).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen akan suatu barang ataupun jasa, yaitu :

a. Harga barang itu sendiri

Perubahan harga barang itu sendiri akan menyebabkan perubahan jumlah barang yang diminta dengan anggapan *ceteris paribus*. Ini dicerminkan oleh pergerakan pada satu kurva permintaan. Sejalan dengan hukum permintaan yaitu apabila harga barang tersebut murah maka permintaan terhadap barang tersebut akan mengalami kenaikan, namun bila harga barang tersebut mengalami kenaikan maka permintaan akan barang tersebut akan mengalami penurunan permintaan.

b. Harga barang lain

Adanya perubahan harga barang lain akan menyebabkan perubahan permintaan. Ada dua macam barang terkait yaitu barang substitusi dan barang komplementer. Barang substitusi merupakan barang yang saling menggantikan seperti beras dan jagung atau singkong, ketika harga beras naik sedangkan harga jagung atau singkong menurun maka konsumen akan mengganti dari mengkonsumsi beras menjadi mengkonsumsi jagung atau singkong. Sedangkan barang komplementer merupakan barang yang saling melengkapi seperti kopi dan gula.

c. Pendapatan konsumen

Tingkat pendapatan konsumen akan menunjukkan daya beli konsumen. Semakin tinggi pendapatan konsumen, maka semakin meningkat permintaan konsumen akan suatu barang/jasa tersebut.

d. Jumlah anggota keluarga

Jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan akan suatu barang yang akan diinginkan oleh seorang konsumen, semakin banyak jumlah

anggota keluarga makan kemungkinan konsumen untuk membeli jumlah barang yang lebih banyak menjadi lebih tinggi begitu juga sebaliknya.

Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian Noviasari (2014) yang berjudul “Permintaan Konsumen Rumah Tangga terhadap Cabai Merah di Kecamatan Coblong Kota Bandung”. dari penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa harga cabai merah dan jumlah anggota keluarga memiliki pengaruh terhadap permintaan konsumen rumah tangga cabai merah. Sedangkan variabel bebas lainnya seperti frekuensi pembelian, suku, frekuensi terhadap pedas, tempat pembelian dan pendapatan rumah tangga tidak memiliki pengaruh.

Aris (2018) melakukan penelitian yang diberi judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Permintaan Cabai Rawit di Kabupaten Banyumas”. Hasil penelitian memperlihatkan konsumen yang dijadikan sampel membeli cabai rawit dikarenakan mereka merasa cabai rawit sebagai kebutuhan sehari-hari untuk digunakan memasak. Sedangkan konsumen tidak terlalu memperdulikan harga dan kemudahan dalam mendapatkan cabai rawit tersebut. Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini diperoleh seluruh dari variabel bebas yang digunakan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yang digunakan dalam penelitian. Hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa ada tiga variabel bebas yang berpengaruh secara parsial yaitu harga, produk dan pribadi yang memiliki pengaruh terhadap permintaan konsumen.

Menurut penelitian Arfani (2015) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dalam Mengonsumsi Cabai Merah”. Penelitian

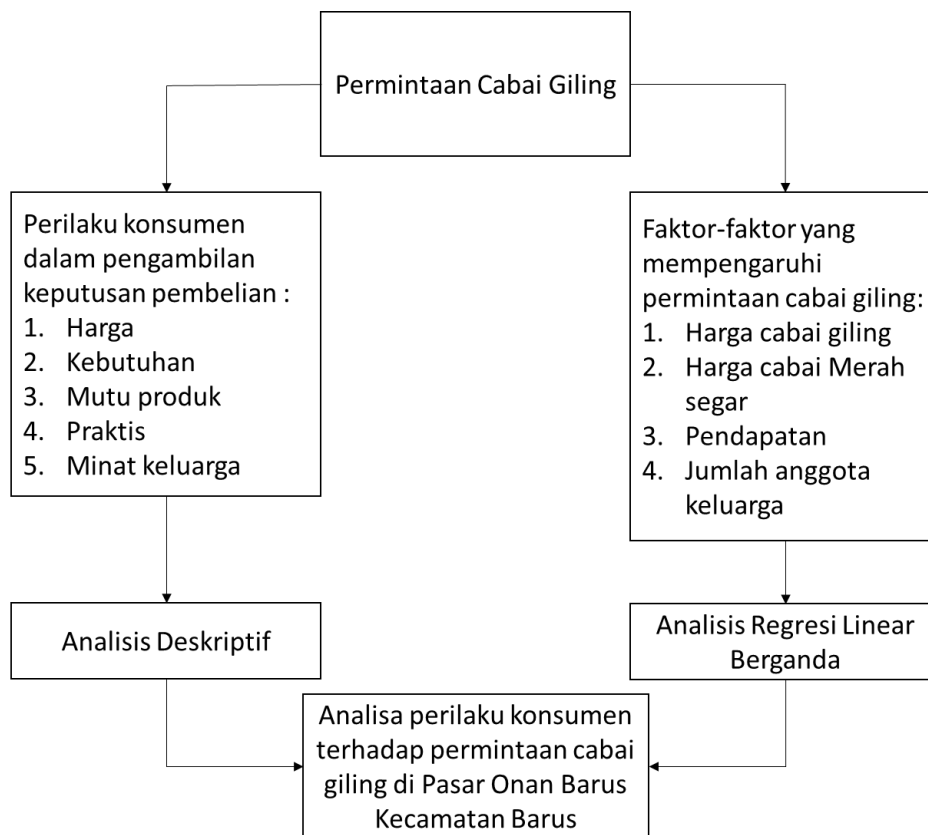
ini memperoleh hasil bahwa nilai dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,607, yang dimana nilai tersebut berarti sebesar 60,7% variabel harga, pendapatan dan, jumlah tanggungan dapat menjelaskan jumlah konsumsi cabai merah sebagai variabel terikat. Hasil pengujian simultan diperoleh bahwa variabel bebas yang digunakan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat dalam hal ini jumlah konsumsi cabai merah. Secara parsial hanya satu variabel saja yang berpengaruh yaitu variabel pendapatan.

Kerangka Pemikiran

Perkembangan pasar yang semakin kompetitif menimbulkan keinginan produsen untuk berpikir keras dalam usaha meningkatkan penjualan produknya. Pasar Onan Barus adalah salah satu pasar tradisional yang ada di Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah yang menyediakan berbagai kebutuhan konsumen pada umumnya, baik itu dalam bentuk bahan pokok maupun bahan pelengkap. Cabai giling adalah pelengkap bahan masakan yang berfungsi untuk menambahkan rasa pedas. Cabai giling memiliki beberapa atribut yang terdiri dari warna, rasa, aroma dan harga.

Permintaan adalah suatu barang maupun jasa yang diinginkan seseorang pada waktu dan tempat tertentu. Permintaan memiliki kaitan dengan keinginan seorang konsumen akan suatu barang maupun jasa yang tidak terbatas. Produsen cabai giling yang terus berkembang menandakan permintaan cabai giling yang terus meningkat. Hal ini akan menimbulkan perilaku konsumen yang beragam. Perilaku konsumen sendiri merupakan perilaku yang ditunjukkan konsumen dengan cara melakukan pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian dan penentuan serta pembelian produk maupun jasa yang mereka harapkan dapat

memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan mereka. Perilaku konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian dilakukan dengan cara melihat harga, kebutuhan, mutu produk, praktis dan minat keluarga tersebut. Disamping itu ada faktor lainnya yang dapat mempengaruhi permintaan seorang konsumen terhadap cabai giling, dimana faktor tersebut adalah harga cabai giling, harga cabai merah segar, pendapatan dan jumlah tanggungan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam skema berikut ini :



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan :

—————→ : Menyatakan pengaruh

Hipotesis Penelitian

Dari rumusan masalah serta kerangka pemikiran yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, maka dapat dibuat hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut : Diduga harga cabai giling, harga cabai merah segar, pendapatan dan jumlah anggota keluarga memiliki pengaruh terhadap permintaan cabai giling.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode study kasus (*Case Study*) yaitu metode yang didasarkan atas fenomena atau kejadian yang terjadi di suatu daerah yang berkaitan dengan bidang yang sedang dikaji, yang digunakan untuk menetapkan poin-poin yang penting, munculnya masalah atau bahkan meningkatkan pemahaman dan pengalaman belajar dari para peserta. Studi kasus mendukung bahan-bahan yang lebih bersifat spesifik dan bahan informasi berdasarkan subjektif dan tidak dapat di generalisir.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini ditentukan secara *purposive* atau dengan kata lain sengaja ditentukan di Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah. Dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan salah satu pasar yang menjadi tempat untuk konsumen berbelanja cabai giling, sehingga sangat cocok sebagai lokasi penelitian.

Metode Pengambilan Sampel

Nawawi (2012) mengatakn bahwa populasi merupakan keseluruhan objek dalam penelitian yang terdiri atas manusia, hewan, benda-benda, tumbuhan, peristiwa, gejala maupun nilai tes sebagai sumber data yang mempunyai karakteristik tertentu dalam suatu penelitian yang dilakukan. Populasi yang akan digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang sedang membeli cabai giling dipasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *accidental sampling* dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Yakni siapa saja yang memenuhi kriteria penelitian ini yaitu konsumen yang membeli cabai giling (Sugiyono, 2012).

Menurut Baley dalam Andriani (2014), penelitian yang akan menggunakan data statistik untuk dianalisis, ukuran sampel yang digunakan paling sedikit adalah 30 sampel. Dengan syarat dimana ukuran dari suatu populasi tersebut tidak diketahui dan diasumsikan bahwa populasi memiliki distribusi normal. Jadi dalam penelitian ini terdapat 30 sampel.

Metode Pengambilan Data

Dalam penelitian ini akan menggunakan dua data yaitu data *primer* dan juga data *sekunder*. Dimana data *primer* merupakan teknik untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara wawancara kepada konsumen cabai giling menggunakan kuesioner terstruktur. Data *sekunder* sendiri merupakan sebagai data pelengkap yang dapat diperoleh dari instansi-instansi maupun lembaga serta literatur yang memiliki kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara yaitu:

a. Kuesioner

Dalam penelitian ini kuesioner diberikan langsung kepada responden dan responden diharuskan untuk membaca terlebih dahulu mengenai data penelitian, mengisi data pribadi, dan membaca pertanyaan secara seksama untuk kemudian menjawab skala penilaian yang ada dan dipilih.

b. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dimana dilakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian. Observasi penelitian ini dilakukan di Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini terdapat dua rumusan masalah yang dimana dalam menyelesaikan masalah pertama (1) akan menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan analisis statistik dari skor yang diperoleh berdasarkan wawancara dengan responden.

Untuk masalah kedua (2) akan diselesaikan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, yang memiliki tujuan untuk melihat apakah ada pengaruh dari beberapa faktor terhadap permintaan cabai merah dipasar Onan Barus. Adapun rumus yang akan dipakai sebagai berikut :

$$Y = a + Z_1X_1 + Z_2X_2 + Z_3X_3 + Z_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Permintaan cabai giling (kg/bulan)

a = Konstanta

Z_1, Z_2, Z_3, Z_4 = Koefisien Regresi

X_1 = Harga cabai giling (Rp/kg)

X_2 = Harga cabai merah segar (Rp/kg)

X_3 = Pendapatan (Rp/bulan)

X_4 = Jumlah anggota keluarga (orang)

e = Kesalahan Pengganggu

Sebelum melakukan pembuatan persamaan regresi linear, ada beberapa uji asumsi klasik yang harus dilakukan. Adapun uji asumsi klasik tersebut terdiri dari pengujian normalitas data, multikolinearitas data dan heterokedastisitas data. Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dalam penelitian mempunyai variabel yang berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan syarat jika nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* yang diperoleh lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal dan sebaliknya..

Uji multikolinearitas yang dilakukan memiliki tujuan untuk menguji model regresi yang digunakan terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) atau tidak. Hal tersebut dikarenakan suatu model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terdapat korelasi diantara variabel bebas yang digunakan. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai dari *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* yang diperoleh, dengan syarat jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai *VIF* lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi antar variabel bebas yang dipakai dalam penelitian dan sebaliknya. Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji dan melihat apakah dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk melihat ada atau tidak gejala heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Dimana uji Glejser tersebut dilakukan dengan meregresikan antar variabel bebas yang digunakan dengan nilai absolut residualnya. Adapun syarat yang ditetapkan adalah signifikansi antar variabel bebas dengan absolut residual harus lebih besar dari 0,05 sehingga baru dapat dikatakan terbebas atas gejala heteroskedastisitas.

Setelah melalui uji asumsi klasik kemudian data yang diperoleh dilakukan uji hipotesis dengan melakukan uji F, uji t dan uji koefisien determinasi. Adapun uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah sekelompok variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap permintaan cabai merah giling sebagai variabel terikat. Adapun pengujian secara simultan membandingkan nilai dari F_{tabel} dengan F_{hitung} , dimana untuk mencari F_{hitung} digunakan rumus sebagai berikut:

$$f_{hit} = \frac{JK \frac{Reg}{K} - 1}{JK \frac{sis}{n} - 1}$$

Dimana:

JK Reg	: Jumlah Kuadrat Regresi
JK sisa	: Jumlah Kuadrat Sisa
n	: Jumlah sampel
K	: Jumlah Variabel
l	: Konstanta

Dalam penelitian ini dibuat hipotesis untuk dilakukan pengujian secara simultan, adapun hipotesis yang digunakan sebagai berikut :

- H_0 : Variabel bebas (harga cabai giling, harga cabai merah segar, pendapatan dan jumlah anggota keluarga) tidak memiliki pengaruh nyata secara simultan terhadap variabel terikat (permintaan cabai giling).

- H_1 : bebas (harga cabai giling, harga cabai merah segar, pendapatan dan jumlah anggota keluarga) memiliki pengaruh nyata secara simultan terhadap variabel terikat (permintaan cabai giling).

Untuk menguji hipotesis tersebut dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , dengan syarat :

- Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak
- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_1 ditolak sedangkan H_0 diterima.

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat. Adapun pengujian secara parsial dengan membandingkan nilai dari t_{tabel} dengan t_{hitung} . Adapun rumus untuk mencari t_{hitung} dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{Se.(b_i)}$$

Dimana :

b_i = Koefisien Regresi

Se = Simpangan Baku

Dalam penelitian ini dibuat hipotesis untuk dilakukan pengujian secara simultan, adapun hipotesis yang digunakan sebagai berikut :

- H_0 : Variabel bebas (harga cabai giling, harga cabai merah segar, pendapatan dan jumlah anggota keluarga) tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (permintaan cabai giling).
- H_1 : Variabel bebas (harga cabai giling, harga cabai merah segar, pendapatan dan jumlah anggota keluarga) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (permintaan cabai giling).

Untuk menguji hipotesis tersebut dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dengan syarat :

- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak
- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_1 ditolak sedangkan H_0 diterima.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

koefisien Determinasi merupakan acuan atau ukuran penting dalam pengolahan data yang menggunakan metode analisis regresi, karena dapat menunjukkan baik tau tidak baik model regresi tersebut.

Definisi dan Batasan Operasional

Berdasarkan permasalahan serta tujuan, maka perlu dijelaskan definisi operasional dan pengukuran variabel sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen merupakan proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.
2. Permintaan cabai giling adalah permintaan akan cabai giling yang ingin dibeli oleh konsumen yang ada dipasar Onan Barus.
3. Pengenalan masalah yaitu diawali dengan adanya kebutuhan dan keinginan konsumen dimana dalam hal ini konsumen menyadari adanya perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dengan keadaan yang diinginkan.
4. Penelitian dilakukan di Pusat Pasar Onan Barus Kecamatan Barus Kabupaten Tapanuli Tengah.
5. Sampelnya adalah konsumen yang membeli cabai giling.

GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak Geografis Kecamatan Barus

Kecamatan Barus terletak pada kordinat 02° 02'05"-02°09" lintang utara, 98° 09'29" Bujur timur. sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Andam Dewi sebelah selatan dengan Kecamatan Sosor Gadong sebelah timur dengan Kecamatan Barus Utara, sebelah barat berbatasan Samudra Hindia. Kecamatan Barus berada di pantai Barat Sumatera dengan ketinggian antara 0-3 meter di atas permukaan laut.

Pasar Onan Barus

Pasar onan barus adalah satu satunya pasar tradisional yang ada di Kecamatan Barus yang dimana yang berbelanja di pasar ini adalah orang yang berdomisilil di Kecamatan Barus itu sendiri. Oleh sebab itu deskripsi untuk lokasi penellitian dipusatkan di pasar Onan Barus, dibuat berdasarkan karakteristik konsumen yang sedang berbelanja di pasar Onan Barus. Jumlah sampel sebanyak 30 sampel.

Sarana dan Prasarana

Tabel 1. Sarana dan Prasarana Pasar Onan Barus

No	Jenis sarana da prasarana	Unit
1	Sarana peribadahan	-
	Mesjid	1
	Musolah	-
	Gereja Katolik	1
	Gereja Protestan	1
2	Sarana Umum	
	Toilet	8
	Lahan Pakir	-

Sumber : PD Pasar, 2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari penelitian yang dilakukan dipasar Onan Barus, Kecamatan Barus, Kabupaten Tapanuli Tengah, dengan menyebarkan 30 kuesioner kepada responden yang dijadikan sampel penelitian. Didapatkan karakteristik yang berbeda-beda dari setiap responden yang ada. Dimana perbedaan dari setiap karakteristik dijelaskan pada tabel-tabel berikut :

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Perempuan	21	70%
Laki-laki	9	30%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Tabel 2 menjelaskan jenis kelamin responden yang dijadikan sampel dipasar Onan Barus terdiri dari perempuan dan laki-laki. Dimana dalam penelitian ini di dominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 70%.

Tabel 3. Usia Responden

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase
30-34	10	33%
35-39	10	33%
40-44	5	18%
45-49	1	3%
50-55	4	13%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Tabel 3 menjelaskan ada perbedaan usia diantara para responden yang dijadikan sampel dalam penelitian dipasar Onan Barus. Dimana dari data tersebut diperoleh bahwa responden dengan rentang usia antara 30-34 tahun dan 35-39 tahun mendominasi dengan persentase sebesar 33%.

Tabel 4. Pendidikan Akhir Responden

Pendidikan Akhir	Jumlah Responden	Persentase
SD	4	13%
SMP	6	20%
SMA	14	47%
Sarjana	6	20%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Tabel 4 memperlihatkan pendidikan terakhir yang ditempuh responden yang dijadikan sampel dipasar Onan Barus. Dari data tersebut diperoleh bahwa sebesar 47% responden berpendidikan terakhir di SMA (sekolah menengah atas) dan menjadi dominasi, sisanya sebesar 53% berada pada pendidikan terakhir SD, SMP dan Sarjana.

Tabel 5. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Ibu Rumah Tangga	7	23%
Buruh Tani	1	3%
Petani	7	23%
Pedagang	2	7%
Wiraswasta	8	27%
Guru	3	10%
PNS	2	7%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Tabel 5 menunjukkan pekerjaan dari responden yang dijadikan sampel dipasar Onan Barus. Adapun pekerjaan responden di dominasi oleh bekerja sebagai wiraswasta yang memiliki persentase 27% atau sebanyak 8 orang responden dari 30 orang responden yang ada.

Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian berdasarkan wawancara langsung dan menyebar kuesioner kepada 30 orang responden yang dijadikan sampel dengan memberikan 5 item pernyataan yang diberikan pilihan SS menyatakan sangat setuju, S

menyatakan setuju, KS menyatakan kurang setuju dan TS menyatakan tidak setuju. Untuk melihat sikap konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian cabai giling dipasar Onan Barus, disajikan pada hasil sebagai berikut :

1. Pengambilan keputusan pembelian berdasarkan harga

Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berdasarkan harga dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 6. Pengambilan Keputusan Pembelian Berdasarkan Harga

Pernyataan	SS	S	KS	TS	Total
Saya membeli cabai giling karena harganya lebih murah dibandingkan biaya membeli cabai merah segar dan mengolahnya sendiri	8	14	8	0	30
Persentase	27%	46%	27%	0%	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan data yang ada pada Tabel 6, bahwa terdapat 8 responden menyatakan sangat setuju, 14 responden menyatakan setuju dan 8 responden menyatakan kurang setuju. Sehingga dapat dilihat bahwa responden yang sangat setuju dan setuju lebih besar dibandingkan yang kurang setuju dan tidak setuju atau 22 responden sangat setuju dan tidak setuju > 8 responden kurang setuju dan tidak setuju.

Dari hal tersebut dapat disimpulkan responden membeli cabai giling dikarenakan harganya yang lebih murah jika dibandingkan dengan harga cabai merah segar dan diolah sendiri oleh responden.

2. Pengambilan keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan

Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berdasarkan kebutuhan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7. Pengambilan Keputusan Pembelian Berdasarkan Kebutuhan

Pernyataan	SS	S	KS	TS	Total
Saya membeli cabai giling karena cabai giling merupakan kebutuhan dalam memasak di keluarga saya	7	13	8	2	30
Persentase	23%	43%	27%	7%	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari data Tabel 7, diketahui bahwa sebanyak 7 responden menyatakan sangat setuju, 13 responden menyatakan setuju, 8 responden menyatakan kurang setuju dan 2 responden menyatakan tidak setuju. Sehingga bisa ditarik kesimpulan responden yang sangat setuju dan setuju lebih besar dibandingkan yang kurang setuju dan tidak setuju atau 20 responden sangat setuju dan tidak setuju > 10 responden kurang setuju dan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat disimpulkan responden membeli cabai giling dikarenakan cabai giling merupakan kebutuhan dalam memasak di keluarga responden.

3. Pengambilan keputusan pembelian berdasarkan mutu produk

Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berdasarkan mutu produk dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8. Pengambilan Keputusan Pembelian Berdasarkan Mutu Produk

Pernyataan	SS	S	KS	TS	Total
Saya membeli cabai giling dikarenakan mutu produk yang baik untuk dikonsumsi dan dapat disimpan dalam waktu yang cukup lama	5	10	12	3	30
Persentase	17%	33%	40%	10%	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari data Tabel 8, diketahui sebanyak 5 responden menyatakan sangat setuju, 10 responden menyatakan setuju, 12 responden menyatakan kurang setuju dan 3 responden menyatakan tidak setuju. Sehingga bisa ditarik kesimpulan responden yang sangat setuju dan setuju sama jumlahnya dibandingkan yang

kurang setuju dan tidak setuju atau 15 responden sangat setuju dan tidak setuju = 15 responden kurang setuju dan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat disimpulkan sebagian responden membeli cabai giling dikarenakan mutu dari cabai giling tersebut dan sebagian lagi tidak melihat mutu dari cabai giling tersebut.

4. Pengambilan keputusan pembelian berdasarkan praktis

Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berdasarkan praktis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 9. Pengambilan Keputusan Berdasarkan Praktis

Pernyataan	SS	S	KS	TS	Total
Saya membeli cabai giling dikarenakan praktis dibandingkann mengolah cabai merah segar	8	16	5	1	30
Persentase	27%	53%	17%	3%	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari data Tabel 9, diketahui sebanyak 8 responden menyatakan sangat setuju, 16 responden menyatakan setuju, 5 responden menyatakan kurang setuju dan 1 responden menyatakan tidak setuju. Sehingga dapat dilihat bahwa responden yang sangat setuju dan setuju lebih besar dibandingkan yang kurang setuju dan tidak setuju atau 24 responden sangat setuju dan tidak setuju > 6 responden kurang setuju dan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat disimpulkan responden membeli cabai giling dikarenakan kepraktisannya dibandingkan dengan harus mengolah cabai merah segar.

5. Pengambilan keputusan pembelian berdasarkan minat keluarga

Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berdasarkan minat keluarga dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 10. Pengambilan Keputusan Berdasarkan Minat Keluarga

Pernyataan	SS	S	KS	TS	Total
Saya membeli cabai giling dikarenakan keluarga saya lebih menyukai cabai giling yang sudah diolah, ketimbang cabai merah yang diolah sendiri	4	9	12	5	30
Persentase	13%	30%	40%	17%	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Dari data Tabel 10, diketahui sebanyak 4 responden menyatakan sangat setuju, 9 responden menyatakan setuju, 12 responden menyatakan kurang setuju dan 5 responden menyatakan tidak setuju. Sehingga bisa ditarik kesimpulan responden yang sangat setuju dan setuju lebih kecil dibandingkan yang kurang setuju dan tidak setuju atau 13 responden sangat setuju dan tidak setuju < 17 responden kurang setuju dan tidak setuju. Dari hal tersebut dapat disimpulkan responden membeli cabai giling bukan dikarenakan minat keluarga terhadap cabai giling tersebut.

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Giling

Untuk melihat faktor yang mempengaruhi permintaan cabai giling dipasar Onan Barus dapat dimodelkan kedalam suatu fungsi permintaan. Dimana pada penelitian ini ada empat faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap permintaan cabai giling, adapun faktor tersebut adalah harga cabai giling (X1), harga cabai merah segar (X2), pendapatan (X3) dan jumlah anggota keluarga (X4). Data selengkapnya untuk faktor yang mempengaruhi permintaan cabai giling disajikan pada data lampiran. Sebelum membuat suatu persamaan regresi linear berganda, ada beberapa pengujian dari suatu asumsi mendasar yang harus dilakukan. Adapun asumsi mendasar tersebut biasa dikenal dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan SPSS versi 21. Dimana dasar dalam pengambilan keputusan adalah dengan melihat angka probabilitas. Jika probabilitas yang diperoleh $> 0,05$ maka bisa disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 11. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		30,000
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-0,000
	Std. Deviation	0,256
	Absolute	0,149
Most Extreme Differences	Positive	0,101
	Negative	-0,149
Kolmogorov-Smirnov Z		0,819
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,514

Sumber : Data primer diolah, 2020

Tabel 11 menunjukkan hasil dari uji normalitas yang dilakukan. Dari uji tersebut, diperoleh nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 atau Asymp.Sig. (2-tailed) $>$ taraf signifikan (α), yaitu $0,514 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini dilakukan uji multikolinearitas, dimana uji dilakukan untuk melihat apakah ada korelasi antar variabel independen. Untuk melihat apakah terdapat korelasi antar variabel ataupun tidak dalam pengujian ini dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Batas *tolerance*

value adalah $> 0,10$ dan $VIF < 10$. Jika nilai *tolerance* dibawah $0,10$ atau VIF diatas 10 maka terjadi korelasi antar variabel independen.

Tabel 12. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga Cabai Giling	0,337	2,969
Harga Cabai Merah Segar	0,468	2,139
Pendapatan	0,565	1,771
Jumlah Anggota Keluarga	0,529	1,891

Sumber : Data primer diolah, 2020

Tabel menunjukkan hasil dari uji multikolinearitas yang dilakukan. Dimana nilai dari semua variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai $VIF < 10$. Sehingga dari pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen pada data yang digunakan dalam penelitian.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Banyak cara untuk menguji ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas. Dalam penelitian ini digunakan uji glejser untuk melihat ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antar variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antar variabel independen dengan absolut residual lebih dari $0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 13. Uji Heterokedastisitas

Model	Sig.
Harga Cabai Giling	0,439
Harga Cabai Merah Segar	0,328
Pendapatan	0,277
Jumlah Anggota Keluarga	0,305

Sumber : Data primer diolah, 2020

Tabel 13 menunjukkan hasil dari uji glejser yang dilakukan setelah dilakukan transformasi data dalam bentuk invers. Dari uji tersebut dapat dilihat bahwa harga cabai giling, harga cabai merah, pendapatan dan jumlah anggota keluarga memiliki nilai signifikan $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji glejser yang dilakukan dalam penelitian ini terbebas dari heterokedastisitas.

2. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji asumsi klasik, dilakukan pengujian hipotesis menggunakan SPSS versi 21 dan diperoleh hasil dari pengaruh harga cabai giling, harga cabai merah, pendapatan dan jumlah anggota keluarga terhadap permintaan cabai giling dipasar Onan Barus sebagai berikut :

Tabel 14. Uji Hipotesis

	B	t_{hitung}	Sig.
Konstanta	8,453	2,911	0,007
Harga Cabai Giling	-0,00016	-1,763	0,090
Harga Cabai Merah Segar	-0,00006	-0,823	0,419
Pendapatan	0,0000004	5,736	0,000
Jumlah Anggota Keluarga	0,232	2,742	0,011
F_{hitung}	= 42,627		
R Square	= 0,872		
Adj R Square	= 0,852		

Sumber : Data primer diolah, 2020

Tabel menunjukkan hasil analisis regresi linear dan diperoleh nilai koefisien regresi yang menjelaskan bahwa :

- Nilai koefisien regresi harga cabai giling adalah -0,00016. Nilai tersebut memiliki arti, ketika harga cabai giling naik Rp. 1, maka permintaan cabai giling turun sebesar 0,00016 kg dengan mengasumsikan bahwa variabel lainnya dianggap konstan.
- Nilai koefisien regresi harga cabai merah segar adalah -0,00006. Nilai tersebut memiliki arti, ketika harga cabai merah segar naik Rp. 1, maka

permintaan cabai giling turun sebesar 0,00006 kg dengan mengasumsikan bahwa variabel lainnya dianggap konstan.

- Nilai koefisien regresi pendapatan adalah 0,0000004. Nilai tersebut memiliki arti, bahwa jika pendapatan naik Rp. 1, maka permintaan cabai giling naik 0,0000004 kg dengan mengasumsikan bahwa variabel lainnya dianggap konstan.
- Nilai koefisien regresi jumlah anggota keluarga adalah 0,232. Nilai tersebut memiliki arti, bahwa jika jumlah anggota keluarga naik atau tambah 1 orang, maka permintaan cabai giling naik 0,232 kg dengan mengasumsikan bahwa variabel lainnya dianggap konstan.

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil pengujian pada Tabel 14, didapat nilai dari *adjusted R square* adalah 0,852. Nilai tersebut memiliki arti bahwa sebesar 85,2% permintaan cabai giling dipasar Onan Barus dapat dijelaskan oleh harga cabai giling, harga cabai merah segar, pendapatan dan jumlah anggota keluarga. Sedangkan sisanya sebesar 14,8% dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

b. Uji F (Simlutan)

Tabel 14 menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 42,627 dan nilai dari F_{tabel} sebesar 2,98. Dari nilai tersebut dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $42,627 > 2,98$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas (harga cabai giling, harga cabai merah segar, pendapatan dan jumlah anggota keluarga) secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (permintaan cabai giling) pada tingkat kepercayaan 95%.

c. Uji t (Parsial)

(1) Harga Cabai Giling

Dari hasil pengujian pada Tabel 14 diperoleh nilai dari $t_{hitung} -1,763 < \text{nilai } t_{tabel} 2,055$. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% harga cabai giling tidak berpengaruh secara parsial terhadap permintaan cabai giling dipasar Onan Barus. Hal ini dikarenakan cabai giling merupakan kebutuhan dalam memasak bagi responden, dikarenakan sifatnya yang praktis. Sehingga walaupun harga cabai giling dipasar Onan Barus di harga Rp. 40.000-Rp.42.000,-/kg mereka tetap akan membeli karena sudah menjadi kebutuhan.

(2) Harga Cabai Merah Segar

Dari hasil pengujian pada Tabel 14 diperoleh nilai dari $t_{hitung} -0,823 < \text{nilai } t_{tabel} 2,055$. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% harga cabai merah segar tidak terdapat pengaruh secara parsial atau individu terhadap permintaan cabai giling dipasar Onan Barus. Hal ini dikarenakan responden lebih menyukai cabai giling sebagai bumbu yang praktis, dibandingkan dengan harus mengolah cabai merah segar untuk dijadikan bumbu. Sehingga walaupun harga cabai merah segar dipasar Onan Barus di harga Rp. 30.000-Rp.32.000,-/kg ataupun dikemudian hari naik ataupun turun, responden tetap akan membeli cabai giling dikarenakan sifat kepraktisannya dan dapat bertahan lama jika disimpan dari pada dibandingkan dengan cabai merah segar yang tidak bisa bertahan lama. Selain itu jika responden ingin membuat bumbu sendiri menggunakan cabai merah segar, menurut responden biaya yang dihasilkan lebih besar dibandingkan membeli cabai giling.

(3) Pendapatan

Dari hasil pengujian pada Tabel 14 diperoleh nilai dari $t_{hitung} 5,376 >$ nilai $t_{tabel} 2,055$. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% pendapatan berpengaruh secara parsial terhadap permintaan cabai giling di pasar Onan Barus. Hal ini dikarenakan jika semakin tinggi pendapatan responden, maka permintaan responden akan meningkat pula. Ketika responden memiliki pendapatan yang tinggi, responden akan membeli banyak barang kebutuhan maupun keinginan dan sebaliknya, semakin rendah pendapatan responden maka responden juga akan mengurangi membeli barang kebutuhan maupun keinginan. Untuk rata-rata pendapatan konsumen setiap bulan adalah Rp. 3.480.000,-/bulan.

(4) Jumlah Anggota Keluarga

Dari hasil pengujian pada Tabel 14 diperoleh nilai dari $t_{hitung} 2,742 >$ nilai $t_{tabel} 2,055$. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% jumlah anggota keluarga ada pengaruh secara parsial terhadap permintaan cabai giling dipasar Onan Barus. Hal tersebut terjadi karena semakin tinggi jumlah anggota yang dimiliki responden, maka semakin tinggi pengeluaran untuk barang-barang kebutuhan maupun keinginan. Sehingga permintaan akan cabai giling juga meningkat untuk memenuhi kebutuhan memasak responden. Untuk rata-rata jumlah anggota keluarga konsumen adalah 4 orang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian cabai giling dipasar Onan Barus dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa responden mengambil keputusan membeli cabai giling dikarenakan harga, kebutuhan dan kepraktisan. Sedangkan jika dilihat dari mutu produk, sebagian responden mengambil keputusan pembelian karena mutu produk dan sebagian lagi tidak. Untuk minat keluarga, responden tidak membeli cabai giling dikarenakan minat keluarga.
2. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh bahwa sebesar 85,2% permintaan cabai giling dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian. Hasil uji F (simultan) diperoleh bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji t (parsial) diperoleh bahwa variabel pendapatan dan jumlah anggota keluarga berpengaruh secara parsial terhadap permintaan cabai giling dipasar Onan Barus, sedangkan variabel harga cabai giling dan harga cabai merah segar tidak berpengaruh secara parsial terhadap permintaan cabai giling dipasar Onan Barus.

Saran

1. Untuk menstabilkan cabe giling, pemerintah melalui dinas terkait, menetapkan harga cabai giling, agar nanti jika ada perubahan harga akan tetap menguntungkan konsumen dan pedagang.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan akan melanjutkan dan mengembangkan penelitian dengan menilai hal-hal yang kurang dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aak. 1988. *Petunjuk Praktis Bertanam Sayuran*. Kanisius. Yogyakarta
- Akbar. M.H. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Cafe Five Points Semarang*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Universitas Diponegoro.Semarang.
- Andriani, Y., 2014. *Cara Praktis Pengukuran Permeabilitas Tanah Dengan Menggunakan Ring Sampel*. Jurnal Nasional Ecopedon JNEP. Vol. 2, 2, pp. 46-49.
- Arfani, Aisyah. Dkk. 2015. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dalam Mengkonsumsi Cabai Merah*. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.
- Aris, M.Teguh. 2018. *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Permintaan Cabai Rawit di Kabupaten Banyumas*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Destiana, Tita. 2009. *Pengaruh Indeks Dow Jones, Nikkei 225, KOSPI dan Shanghai Composite Index terhadap IHSG BEI Periode tahun 2004-2008*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Firdaus, Zamal. 2009. *Korelasi antara Pelatihan Teknis Perpajakan, Pengalaman dan Motivasi Pemeriksa Pajak dengan Kinerja Pemeriksa Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak di Jakarta Barat*. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fidaus, Muhammad. 2009. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalti: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Iwardono, 1994. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta : Universitas Gunadarma.
- Lukman, 2007. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Marbun, I.I. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Kopi Luwak Bermerek Di Kota Medan*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Mowen. J.C. and Michele Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. PT PenerbitErlangga. Jakarta.

- Noviasari, Trisni. 2014. *Permintaan Konsumen Rumah Tangga terhadap Cabai Merah di Kecamatan Coblong Kota Bandung*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Peter. and Jerry C. Olson. 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. PT Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Rosaria, 2007. *Studi Keamanan Cabe Giling Dikota Bogor*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Tekonologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Rosaria Dan Rahayu, Winiati P ,2008. *Studi Keamanan Cabe Giling Dikota Bogor* . Jurnal. Teknologi . Dan Industri Pangan Vol. XIX.
- Schiffman. 2000. *Consumer Behavior*. Prentice Hall: International.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suprayitno, 2008. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Ekonesia
- Suryani. T. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Akhir	Pekerjaan
1	Waini	Perempuan	30	S1	Guru
2	Cinta Br Nst	Perempuan	35	SMA	Ibu Rumah Tangga
3	Kasiaton	Perempuan	55	SD	Pedagang
4	Supiatni	Perempuan	50	SD	Ibu Rumah Tangga
5	Ely Yana	Perempuan	37	SMP	Ibu Rumah Tangga
6	Ira	Perempuan	40	SMA	Ibu Rumah Tangga
7	Sudarni	Perempuan	39	SMP	Buruh Tani
8	Rita	Perempuan	40	SMA	Ibu Rumah Tangga
9	Zamaludin	Laki-Laki	34	SMP	Wiraswasta
10	Supriadi	Laki-Laki	35	SMA	Petani
11	Sri Kunanti	Perempuan	30	SMA	Wiraswasta
12	Nurmala Sari	Perempuan	35	S1	PNS
13	Susitawati	Perempuan	32	SMP	Wiraswasta
14	Sutrisno	Laki-Laki	36	SMA	Petani
15	Siti Aisyah	Perempuan	30	SMA	Petani
16	Novita Nst	Perempuan	34	SMA	Petani
17	Nur Wati	Perempuan	36	SMP	Petani
18	Nurhaida	Perempuan	35	S1	Guru
19	Diky Sembiring	Laki-Laki	50	SD	Wiraswasta
20	Rokky Sinaga	Laki-Laki	31	SMA	Wiraswasta
21	Dani Nst	Laki-Laki	50	SD	Petani
22	Andra Nst	Laki-Laki	40	SMA	Pedagang
23	Budiono	Laki-Laki	36	SMA	Petani
24	Sulasti	Perempuan	32	SMA	Wiraswasta
25	Wilda Harahap	Perempuan	30	S1	Guru
26	Bromo Sembiring	Laki-Laki	42	S1	Wiraswasta
27	Nurhaida Lubis	Perempuan	35	S1	PNS
28	Suryani	Perempuan	42	SMA	Ibu Rumah Tangga
29	Saodah	Perempuan	45	SMP	Ibu Rumah Tangga
30	Ayu Sinaga	Perempuan	31	SMA	Wiraswasta

Lampiran 2. Variabel Penelitian

No	Nama	Harga Cabai Giling (Rp/Kg)	Harga Cabai Merah (Rp/Kg)	Pendapatan (Rp/Bulan)	Jumlah Anggota Keluarga	Permintaan Cabai Giling (Kg)
1	Waini	42.000	32.000	5.000.000	4	3
2	Cinta Br Nst	40.000	30.000	4.000.000	5	3
3	Kasiaton	42.000	32.000	3.500.000	4	2
4	Supiatni	40.000	30.000	3.000.000	4	2,5
5	Ely Yana	42.000	32.000	3.000.000	4	2
6	Ira	42.000	32.000	3.700.000	5	2
7	Sudarni	42.000	32.000	1.500.000	3	1
8	Rita	42.000	32.000	2.800.000	4	2
9	Zamaludin	40.000	30.000	4.000.000	5	2,5
10	Supriadi	42.000	30.000	2.000.000	3	1,5
11	Sri Kunanti	42.000	32.000	3.000.000	4	2
12	Nurmala Sari	42.000	32.000	5.500.000	4	3
13	Susitawati	42.000	32.000	2.600.000	3	1,5
14	Sutrisno	42.000	32.000	3.000.000	5	2
15	Siti Aisyah	42.000	32.000	1.500.000	3	1,5
16	Novita Nst	42.000	32.000	3.200.000	4	2
17	Nur Wati	42.000	32.000	3.300.000	4	2
18	Nurhaida	40.000	30.000	5.000.000	5	3
19	Diky Sembiring	40.000	30.000	3.700.000	4	2,5
20	Rokky Sinaga	42.000	32.000	3.000.000	3	1
21	Dani Nst	42.000	32.000	2.800.000	3	1,5
22	Andra Nst	40.000	30.000	4.300.000	5	3,5
23	Budiono	42.000	32.000	2.500.000	5	2
24	Sulasti	42.000	32.000	2.600.000	3	1
25	Wilda Harahap	40.000	32.000	5.000.000	4	3
26	Bromo Sembiring	40.000	30.000	5.000.000	6	3,5
27	Nurhaida Lubis	40.000	30.000	5.000.000	5	3
28	Suryani	40.000	32.000	3.300.000	5	2,5
29	Saadah	40.000	30.000	3.100.000	4	2,5
30	Ayu Sinaga	40.000	32.000	4.500.000	5	3

Lampiran 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,25610490
Most Extreme Differences	Absolute	,149
	Positive	,101
	Negative	-,149
Kolmogorov-Smirnov Z		,819
Asymp. Sig. (2-tailed)		,514

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 4. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8,453	2,904		2,911	,007		
Harga Cabai Giling	,000	,000	-,217	-1,763	,090	,337	2,969
Harga Cabai Merah	-6,425E-05	,000	-,086	-,823	,419	,468	2,139
Pendapatan	3,671E-07	,000	,546	5,736	,000	,565	1,771
Jumlah Anggota Keluarga	,232	,084	,270	2,742	,011	,529	1,891

a. Dependent Variable: Permintaan Cabai Giling

Lampiran 5. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,005	1,835		-,003	,998
Harga Cabai Giling	4,397E-05	,000	,258	,786	,439
Harga Cabai Merah Segar	-4,922E-05	,000	-,278	-,997	,328
Pendapatan	4,497E-08	,000	,282	1,112	,277
Jumlah Anggota Keluarga	-,056	,053	-,274	-1,048	,305

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Lampiran 6. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,453	2,904		2,911	,007
Harga Cabai Giling	,000	,000	-,217	-1,763	,090
Harga Cabai Merah Segar	-6,425E-05	,000	-,086	-,823	,419
Pendapatan	3,671E-07	,000	,546	5,736	,000
Jumlah Anggota Keluarga	,232	,084	,270	2,742	,011

a. Dependent Variable: Permintaan Cabai Giling

Lampiran 7. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	12,973	4	3,243	42,627	.000 ^b
Residual	1,902	25	,076		
Total	14,875	29			

a. Dependent Variable: Permintaan Cabai Giling

b. Predictors: (Constant), Jumlah Anggota Keluarga, Harga Cabai Merah Segar, Pendapatan, Harga Cabai Giling

Lampiran 8. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.934 ^a	,872	,852	,27583

a. Predictors: (Constant), Jumlah Anggota Keluarga, Harga Cabai Merah Segar, Pendapatan, Harga Cabai Giling

b. Dependent Variable: Permintaan Cabai Giling