

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
PERMINTAAN WORTEL (*Daucus carota L.*)  
(Studi Kasus : Pasar Raya Medan Mega Trade Centre)**

**SKRIPSI**

Oleh :  
**NUR QOLBUN SALIMAH**  
**1504300236**  
**AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
PERMINTAAN WORTEL (*Daucu scarota L.*)  
(Studi Kasus : Pasar Raya Medan Mega Trade Centre)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**NUR QOLBUN SALIMAH  
1504300236  
AGRIBISNIS**

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

Komisi Pembimbing

  
Aimul Mardhiyah, S.P., M.Si.  
Ketua

  
Juita Ramadhani Manik, S.P., M.Si.  
Anggota

Disahkan Oleh :

  
  
H. Asriatun, M.P.

Tanggal Kelulusan : 08 Oktober 2019

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Nur Qolbun Salimah

NPM : 1504300236

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel (*Daucus Carota L.*)" adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

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

Medan, 08 Oktober 2019

Yang Menyatakan



Nur Qolbun Salimah

## RINGKASAN

**NUR QOLBUN SALIMAH** (1504300236/AGRIBISNIS) dengan judul skripsi “**Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel (*Daucus carota L.*) Studi kasus : Pasar Raya Medan Mega Trade Center**”. Penelitian ini dibimbing oleh **Ibu Ainul Mardhiyah , S.P., M.Si.** sebagai ketua komisi pembimbing dan **Ibu Juita Rahmadani Manik , S.P., M.Si.** sebagai anggota komisi pembimbing.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perilaku konsumen berdasarkan atribut ukuran, kesegaran, kebersihan dan manfaat terhadap permintaan wortel dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wortel berdasarkan karakteristik respondendi pasar raya medan mega trade center. Metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dengan jumlah sampel sebanyak 30 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan memakai alat ukur skala likert kemudian di inteprestasikan dengan menggunakan indeks skor serta metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat uji SPSS.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa setiap atribut memiliki pengaruh sangat kuat terhadap permintaan wortel, dan pada atribut kesegaran merupakan atribut yang memiliki pengaruh paling kuat diantara atribut lainnya untuk konsumen dalam permintaan wortel dengan indeks skor tertinggi sebesar 97,33%. Hasil pengujian secara parsial, variabel pendidikan dan harga berpengaruh nyata terhadap permintaan wortel, sedangkan variabel umur, jumlah tanggungan dan pendapatan tidak berpengaruh secara nyata terhadap permintaan wortel dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ). Hasil pengujian secara simultan (serempak) diperoleh hasil Sig  $0,000 < 0,05$  sehingga tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$  yang artinya umur, pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan serta harga berpengaruh nyata terhadap permintaan wortel.

**Kata Kunci :** Wortel, Atribut, Perilaku Konsumen

## SUMMARY

**NUR QOLBUN SALIMAH** (1504300236 / AGRIBUSINESS) with the thesis title "**Analysis of Consumer Behavior Towards Carrot Demand (*Daucus carota* L.) Case study: Pasar Raya Medan Mega Trade Center**". This research was guided by **Ms. Ainul Mardhiyah, S.P., M.Si.** as chair of the supervising commission and **Ms. Juita Rahmadani Manik, S.P., M.Si.** as a member of the supervising commission.

This research was conducted with the aim to determine consumer behavior based on the attributes of size, freshness, cleanliness and the benefits of carrot demand and to know the factors that influence carrot demand based on the characteristics of responden in the mega market field of the Medan trade center. The sampling method using accidental sampling is to determine the sample based on coincidence, ie anyone who happens to meet with researchers with a total sample of 30 people. Data analysis method used is descriptive analysis method using a Likert scale measuring instrument and then interpreted using the score index and multiple linear regression analysis method using the SPSS test.

The results of the study concluded that each attribute had a very strong influence on carrot demand, and the freshness attribute was the attribute that had the strongest influence among other attributes for consumers in carrot demand with the highest score index of 97.33%. The test results partially, educational variables and prices significantly influence the demand for carrots, while the age, number of dependents and income variables do not significantly affect the demand for carrots with a confidence level of 95% ( $\alpha = 0.05$ ). Simultaneous test results obtained Sig 0,000 <0.05 so reject H0 and accept H1, which means age, education, number of dependents, income and price have a significant effect on carrot demand.

**Keywords:** Carrot, Attributes, Consumer Behavior

## RIWAYAT HIDUP

**NUR QOLBUN SALIMAH** lahir di Kota Medan. Anak ke dua dari empat bersaudara dari Ayahanda bernama Ansori dan Ibunda Khadijah,S.Pd.

Pendidikan formal yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut:

1. Pada Tahun 2002 Masuk Taman Kanak-Kanak (TK) yaitu TK Kartika 1 – 23 Yon Zipur 1 Dan Lulus Pada Tahun 2003.
2. Pada Tahun 2003 Masuk Sekolah Dasar (Sd) yaitu SD Swasta Al – Washliyah Dan Lulus Pada Tahun 2009.
3. Pada Tahun 2003 Masuk Madrasah Diniyah Awaliyah (MDA) yaitu Madrasah Diniyah Awaliyah Al – Washliyah Dan Lulus Pada Tahun 2007.
4. Pada Tahun 2009 Masuk Madrasah Tsanawiyah (MTs) yaitu Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Medan Dan Lulus Pada Tahun 2012.
5. Pada Tahun 2012 Masuk Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu SMA Negeri 3 Medan Dan Lulus Pada Tahun 2015.
6. Pada Tahun 2015 Diterima Menjadi Mahasiswa Di Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis.
7. Pada Tahun 2015 Mengikuti Kegiatan Kajian Intensif Al-Islam Kemuhammadiyah Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Pada Tahun 2018 Bulan Januari-Februari Melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Di PT.PP. London Sumatra Indonesia, Tbk.
9. Pada tahun 2019 Melaksanakan Penelitian Dengan Judul “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel (*Daucus carota L.*)”di Pasar Raya Medan Mega Trade Center.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah kehadiran Allah SWT penulis ucapkan atas segala karunia dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Teristimewa Kedua orang tua penulis Ayahanda Ansori dan Ibunda Khadijah, S.Pd.yang telah memberikan dukungan berupa do'a dan motivasi,baik moral maupun material sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Tersayang keluarga penulis, kakak Wakhidah Zahara Hayati S.Si.serta Adik-adik yaitu Tri suci Rahmayani dan Sari Novia Khairani.
3. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis.
5. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan ,S.P., M.Si. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Ainul Mardhiyah ,S.P., M.Si. selaku Ketua Pembimbing dalam menyusun skripsi penulis.
8. Ibu Juita Rahmadani Manik, S.P., M.Si. selaku Anggota Pembimbing dalam menyusun skripsi penulis.
9. Orang-orangterkasih yaitu Nauval Azizi dan Regina Kuswoyo, yang selalu memberi semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
10. Sahabat tersayang Inces Dempo yaitu Maulida Syafitri, Putri Suci Ramadhan, Fauziah Nur Nasution, Hafiza Ulfa Hsb dan Sri Bunga Rezky Hsb, yang selalu memberi support dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan agribisnis 6 angkatan 2015 yang telah memberi dukungan dan masukan sehingga dapat membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi penulis selanjutnya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih, Wassalam.

Medan, September 2019

Penulis



## KATA PENGANTAR

Assalamualikum, Wr. Wb. Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tidak lupa sholawat berangkaikan salam kepada Nabi Besar Muhammad Sallallahu Aalaih Wasallam. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk menyelesaikan Studi Strata (S1) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul penelitian ini, “**Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel (*Daucus carota L.*) Di Pasar Raya Medan Mega Trade Center**”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan juga pembacanya. Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi iniserta penulis mengucapkan terimakasih, Wassalamualikum, Wr.Wb.

Medan, September 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>i</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
Latar Belakang .....	1
Perumusan Masalah .....	5
Tujuan Penelitian .....	5
Kegunaan Penelitian.....	5
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
Karakteristik Wortel .....	6
Landasan Teori .....	9
Penelitian Terdahulu .....	15
Kerangka Pemikiran.....	16
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
Metode Penelitian.....	20
Metode Penentuan Lokasi Penelitian .....	20
Metode Penarikan Sampel.....	20
Metode Pengumpulan Data .....	21
Metode Analisis Data.....	22
Defenisi dan Batasan Operasional .....	27
<b>DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
Letak dan Luas Derah.....	28
Daerah Lokasi Penelitian.....	28
Sarana dan Prasarana Umum.....	30
Karakteristik Responden .....	31

<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
Uji Validitas Dan Reabilitas.....	35
Perilaku Konsumen Berdasarkan Atribut Wortel.....	38
Pengaruh Harga, Umur, Pendidikan, Jumlah Tanggungan Dan Pendapatan Terhadap Permintaan Wortel .....	46
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
Kesimpulan.....	53
Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Produksi dan Penggunaan Wortel di Indonesia Tahun 2014 – 2018.....	2
2.	Kandungan Zat Gizi Wortel Dalam 100 Gram .....	8
3.	Interval Skor Jawaban Likert .....	23
4.	Daftar Potensi Pasar Raya Medan Mega Trade Center.....	29
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	32
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	32
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan.....	33
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	34
9.	Uji Validitas Ukuran .....	35
10.	Uji Validitas Kesegaran .....	35
11.	Uji Validitas Kebersihan .....	36
12.	Uji Validitas Manfaat.....	37
13.	Uji Reabilitas.....	37
14.	Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel Berdasarkan Ukurannya.....	38
15.	Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel Berdasarkan Kesegarannya .....	40
16.	Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel Berdasarkan Kebersihannya.....	42
17.	Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel Berdasarkan Manfaatnya.....	44
18.	Uji Multikolinearitas .....	47
19.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	48

20. Uji Secara Parsial (Uji T).....	49
21. Uji F (Uji Serempak) Pada Analisis Linier Berganda .....	51
22. Uji Koefisien Determinasi .....	52

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Skema Kerangka Pemikiran .....	18
2.	Struktur Organisasi Pasar Raya Medan Mega Trade Center.....	30
3.	Grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Karakteristik Responden .....	57
2.	Rekapitulasi Hasil Kuesioner .....	58
3.	Uji Validitas Daan Reaabilitas .....	59
4.	Uji Multikolinearitas .....	62
5.	Regresi Linear Berganda.....	62

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Kegiatan agribisnis merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti, karena agribisnis bukan hanya sebatas tentang budidaya pertanian, namun terdiri dari beberapa subsistem kegiatan yang dimulai dari subsistem pengadaan barang dan sarana produksi, subsistem usaha tani, subsistem pengolahan hasil pertanian, subsistem pemasaran dan subsistem jasa layanan. Selain dari pada itu di dalam pertanian juga memiliki 5 (lima) subsektor, yaitu :

1. Subsektor Tanaman Pangan dan Hortikultura
2. Subsektor Perkebunan
3. Subsektor Perternakan
4. Subsektor Perikanan
5. Subsektor Kehutanan

Menurut usaha agribisnis yang ada, dari kelima subsektor tersebut masing-masing memiliki komoditas unggulan yang dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan masyarakat dan menghasilkan pendapatan (Pasaribu, 2012).

Hortikultura merupakan salah satu komoditas pertanian yang menempati posisi yang penting sebagai produk pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan. Komoditas hortikultura di Indonesia sangat beragam terdiri dari sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman obat. Salah satu komoditas hortikultura adalah berbagai jenis sayuran. Mengingat begitu penting manfaat sayuran bagi konsumen, maka komoditas ini memiliki nilai ekonomi yang besar bagi sektor agribisnis.



Produk hortikultura memiliki peranan penting dalam penyerapan tenaga kerja, sumbangan terhadap pendapatan nasional, pendapatan petani, pemenuhan kebutuhan nasional dan peningkatan ekspor. Komoditas hortikultura memberikan kontribusi pada produk domestik bruto (PDB) nasional sebesar 21,17 persen dari total PDB sektor pertanian (Habib, A & Risnawati, R, 2018).

Sayuran perlu dikonsumsi setiap hari oleh konsumen, untuk memelihara fungsi tubuh secara sehat, sehingga ketersediaan dan penawaran sayuran di pasar merupakan peluang bagi petani, pengelola pasar, dan pedagang sayuran. Peningkatan jumlah penduduk Indonesia memiliki hubungan yang sejalan dengan peningkatan konsumsi sayuran di Indonesia (Dasipah. E, dkk, 2010).

Menurut Kementerian Pertanian (2018), diperoleh keterangan bahwa frekuensi konsumsi sayuran khususnya wortel di Indonesia tidak mengalami terlalu banyak perubahan kenaikan atau penurunan secara signifikan. Hal ini dapat dilihat pada tabel produksi dan penggunaan wortel di Indonesia dibawah ini :

**Tabel 1. Produksi dan Penggunaan Wortel di Indonesia Tahun 2014 – 2018**

Uraian / Items	Tahun / Year				
	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Produksi (000 ton )</b>	537	568	580	537	547
<b>Impor</b>	41	45	42	0	0
<b>Ekspor</b>	-	-	-	-	-
<b>Penggunaan (000 ton)</b>	537	568	580	537	547
<b>Terbuang / Tercecer</b>	13	14	14	13	13
<b>Bahan makanan</b>	524	554	566	524	533

*Sumber : Neraca Bahan Makanan, BKP Kementan*

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwasannya jumlah produksi dan penggunaan wortel di Indonesia memiliki jumlah yang sama yaitu kisaran 500 ribu ton setiap tahunnya. Konsumsi wortel cenderung stabil dan dengan jumlah

sebesar itu dapat dikatakan bahwasannya mayoritas masyarakat Indonesia gemar mengkonsumsi wortel dalam berbagai olahan setiap tahunnya.

Indonesia mempunyai hasil panen sayuran dan buah-buahan yang sangat tinggi salah satunya adalah wortel (*Daucus carota*). Wortel (*Daucus carota*) adalah tumbuhan sayur yang ditanam sepanjang tahun, terutama di daerah pegunungan yang memiliki suhu udara dingin dan lembab, kurang lebih pada ketinggian 1200 meter di atas permukaan laut. Tumbuhan wortel membutuhkan sinar matahari dan dapat tumbuh pada semua musim (Dwipoyono., dkk. 2012).

Wortel merupakan jenis sayuran yang menyehatkan untuk tubuh manusia sehingga perlu dibudidayakan lebih banyak lagi untuk kesejahteraan dan memenuhi kebutuhan manusia. Selain enak dan digemari oleh banyak masyarakat sebagai bahan untuk membuat aneka macam masakan, wortel pula dapat digunakan sebagai bahan kosmetik serta berkhasiat sebagai obat penyembuh berbagai macam penyakit, karena didalam umbi wortel mengandung senyawa beta karoten yang dapat menimbulkan kekebalan tubuh terhadap penyakit (Sobari, 2017).

Konsumsi wortel dapat menurunkan kolesterol dan meningkatkan pencernaan karena mengandung unsur senyawa asam folat, asam pantotenat dan elemen penting lainnya. Wortel sudah sangat dikenal tetapi banyak yang tidak tahu kandungan di dalam wortel selain vitamin A untuk kesehatan mata, selain itu wortel juga mengandung pigmen beta karoten. Kandungan beta karoten merupakan pigmen pemberi warna orange pada buah dan sayuran (Trianto, dkk., 2014).

Sayuran wortel bisa dijumpai diberbagai pasar baik pasar tradisional maupun pasar modern. Sayuran wortel ini di medan sendiri dapat kita peroleh disemua pasar yang menjual sayur-sayuran di medan, seperti Pasar MMTC, Pasar Petisah, Pasar Brayan Bengkel, Pasar Glugur, dan pasar-pasar lainnya. Disini peneliti memilih lokasi penelitian di pasar MMTC (Medan Mega Trade Center), pasar MMTC ini merupakan salah satu sentral terbesar yang menyediakan hampir semua kebutuhan masyarakat kota medan mulai dari sayur-sayuran, buah-buahan, daging, alat rumah tangga, dan masih banyak lainnya. Pasar MMTC ini terletak di Jl. Wiliam Iskandar dan letaknya yang termasuk strategis karena dikelilingi oleh beberapa sekolah mulai dari MIN, MAN, dan Universitas negeri serta swasta. Di pasar ini wortel di jual oleh pedagang-pedagang sayuran yang sudah dikelompokkan menjadi satu blok yaitu blok sayuran.

Pada umumnya, setiap konsumen wortel memiliki pandangan yang berbeda terhadap atribut wortel yang dianggap penting (ukuran wortel, kesegaran wortel, kebersihan wortel serta manfaat wortel untuk kesehatan), sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Selain itu tingkat usia dan pendapatan rumah tangga konsumen yang beragam serta kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap rumah tangga, mempengaruhi perilaku konsumen dalam menjalankan aktifitas-aktifitas ekonomi dalam berbelanja. Oleh karena itu, produsen atau pelaku pemasaran wortel harus dapat memahami perilaku konsumen agar strategi pemasaran yang akan dijalankan dapat berjalan dengan efektif sehingga wortel yang dipasarkan diminati oleh konsumen (Putri, 2014).

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka penulis/peneliti tertarik melakukan pengkajian mengenai “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel (*Daucus carota L.*) di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre”.

### **Perumusan masalah**

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

1. Bagaimana perilaku konsumen (berdasarkan atribut ukuran, kesegaran, kebersihan dan manfaat) terhadap permintaan wortel di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre ?
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wortel berdasarkan karakteristik responden di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre ?

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui perilaku konsumen (berdasarkan atribut ukuran, kesegaran, kebersihan dan manfaat) terhadap permintaan wortel di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wortel berdasarkan karakteristik responden di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

### **Kegunaan Penelitian**

1. Sebagai bahan informasi bagi penulis yang melakukan penelitian.
2. Sebagai bahan informasi bagi pedagang agar mengetahui seperti apa wortel yang diminati konsumen.
3. Sebagai referensi bagi pihak yang membutuhkan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Karakteristik Wortel

Wortel (*Daucus carota L.*) adalah tumbuhan jenis sayuran umbi yang biasanya berwarna kuning kemerahan atau jingga kekuningan dengan tekstur serupa kayu. Bagian yang dapat dimakan dari wortel adalah bagian umbi atau akarnya. Cadangan makanan tanaman ini disimpan di dalam umbi. Kulit umbi wortel tipis dan jika dimakan mentah terasa renyah dan agak manis. Dalam taksonomi tumbuhan, wortel diklasifikasikan sebagai berikut:

Kingdom	: Plantae
Divisi	: Spermatophyta
Sub-Divisi	: Angiospermae
Klas	: Dicotyledonae
Ordo	: Umbelliferales
Famili	: Umbelliferae (Apiaceae)
Genus	: <i>Daucus</i>
Spesies	: <i>Daucus carota L.</i>

Wortel merupakan tanaman khas dataran tinggi dengan ketinggian 1.200-1.500 m dpl untuk pertumbuhan terbaiknya. Suhu yang cocok untuk tanaman ini sekitar 22-24°C dengan kelembaban dan sinar matahari yang cukup. Persyaratan tanah yang sesuai untuk tanaman ini yaitu subur, gembur dan banyak mengandung humus, tata udara dan tata airnya berjalan baik (tidak menggenang).

Wortel dapat tumbuh baik pada pH optimal yaitu 6,0-6,8. Keunggulan tanaman ini adalah tanaman ini dapat ditanam sepanjang tahun, baik pada musim kemarau maupun musim hujan. Batangnya pendek dan berakar tunggang yang

fungsinya berubah menjadi bulat dan memanjang. Namun, suhu udara tetap perlu diperhatikan, karena jika suhu udara terlalu tinggi seringkali menyebabkan umbi kecil-kecil dan berwarna pucat atau kusam, sedangkan jika suhu udara terlalu rendah maka umbi yang terbentuk adalah panjang kecil. Pada awalnya tanaman wortel hanya dikenal sebagai tanaman umbi wortel yang belum memiliki banyak varietas, namun dengan berkembangnya peradaban manusia dan teknologi, saat ini telah ditemukan varietas-varietas baru yaitu terbagi menjadi tiga kelompok yang didasarkan pada bentuk umbi, yaitu tipe Imperator, Chantenay, dan Nantes.

- a. Tipe Imperator memiliki umbi berbentuk bulat panjang dengan ujung runcing (menyerupai kerucut), panjang umbi 20-30 cm, dan rasa yang kurang manis sehingga kurang disukai oleh konsumen.
- b. Tipe Chantenay memiliki umbi berbentuk bulat panjang dengan ujung tumpul, panjang antara 15-20 cm, dan rasa yang manis sehingga disukai oleh konsumen.
- c. Tipe Nantes memiliki umbi berbentuk peralihan antara tipe Imperator dan tipe Chantenay, yaitu bulat pendek dengan ukuran panjang 5-6 cm atau berbentuk bulat agak panjang dengan ukuran panjang 10-15 cm.

Dari ketiga kelompok tersebut, kelompok chantenay termasuk dalam varietas yang dapat memberikan hasil produksi paling baik, sehingga paling banyak dikembangkan (Cahyono, 2002).

Wortel (*Daucus carota L.*) merupakan salah satu jenis sayuran umbi dan dikenal masyarakat sebagai sumber vitamin A. Wortel juga mengandung senyawa-senyawa karotenoid, terutama  $\beta$ -karoten, yang merupakan prekursor

vitamin A atau provitamin A, yang dapat juga berfungsi sebagai antioksidan (Yudiar, H, dkk, 2012).

Wortel termasuk sayur-sayuran yang paling luas dikenal manusia, berikut adalah daftar kandungan gizi wortel, dan sebagian manfaatnya bagi tubuh :

**Tabel 2. Kandungan Zat Gizi Wortel Dalam 100 Gram**

<b>Komposisi Zat Gizi</b>	<b>Satuan</b>	<b>Jumlah</b>
<b>Energi</b>	Kcal	42
<b>Protein</b>	Gr	0,93
<b>Karbohidrat</b>	Gr	9,58
<b>Serat</b>	Gr	2,8
<b>Gula Total</b>	Gr	4,74
<b>Air</b>	Gr	88,29
<b>Kalsium</b>	Mg	33
<b>Magnesium</b>	Mg	12
<b>Fospor</b>	Mg	35
<b>Kalium</b>	Mg	320
<b>Natrium</b>	Mg	69
<b>Vitamin C</b>	Mg	6,00
<b>Vitamin A</b>	Iu	16.700
<b>Vitamin B</b>	Mg	0,06
<b>Vitamin E</b>	Mg	0,66
<b>Vitamin K</b>	Mcg	13,2
<b>Karoteen Beta</b>	Mcg	8.285
<b>Karoten Alpha</b>	Mcg	3.477

*Sumber: USDA National Nutrient Database for Standard Reference*

Wortel memiliki banyak manfaat, diantaranya Wortel memiliki banyak manfaat dalam hal kecantikan maupun kesehatan. Manfaat wortel antara lain yaitu dapat membuat kulit cerah, mencegah penuaan kulit, mencegah kerusakan kulit akibat sinar matahari, mencegah jerawat, mendorong pertumbuhan rambut yang sehat, membuat rambut berkilau dan masih banyak lagi manfaat lainnya daripada wortel ini.

## **Landasan Teori**

### **Teori Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen merupakan aspek penting yang harus diperhatikan perusahaan dalam usaha pemasaran, dengan tujuan memberikan kepuasan kepada konsumen. Perilaku konsumen akan mengarahkan bagaimana individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha dan energi). Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Hidayat.A, 2010).

Pemahaman mengenai perilaku konsumen merupakan kunci kesuksesan utama bagi para pemasar. Terdapat tiga alasan mengapa studi perilaku konsumen sangat penting. Perilaku konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam menerima, menggunakan dan penentuan barang, jasa dan ide (Hutagalung, R. B. dan N. Aisha, 2010).

Sedangkan menurut Sumarwan (2002) perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi. Perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu pengaruh lingkungan, perbedaan dan pengaruh individual, dan proses psikologis.



## **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan**

Pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain :

### **1. Faktor Sosial**

Didalam faktor sosial terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi faktor sosial ini dalam permintaan konsumen, antara lain :

#### **a. Kelompok Referensi**

Kelompok referensi (*reference group*) adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (*membership group*). Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok referensi dari konsumen sasaran mereka. Kelompok referensi ini seperti orang-orang yang berada disekitar kita, baik teman, atau sarana lain seperti media sosial atau lainnya.

#### **b. Keluarga**

Secara tradisional keluarga didefinisikan sebagai dua atau lebih orang yang dihubungkan dengan pertalian darah, perkawinan, atau adopsi yang memiliki tempat tinggal bersama dan secara dinamis, individu yang membentuk sebuah keluarga dapat digambarkan sebagai anggota masyarakat yang paling dasar yang tinggal bersama dan berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan individu maupun antar individu mereka. Pemasar tertarik pada peran suami, istri, serta anak-anak dalam pembelian barang dan jasa yang berbeda.

## **2. Faktor Pribadi**

### **a. Usia**

Memahami usia konsumen adalah penting, karena konsumen yang berbeda akan mengkonsumsi 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. Keadaan Ekonomi (Pendapatan)**

Keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk dan jasa. Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya dan polanya), tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung. Contohnya buah apel dan anggur diposisikan pada konsumen kelas atas, sedangkan buah papaya dan pisang diposisikan pada konsumen kelas menengah. Situasi ekonomi seseorang amat sangat mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian pada suatu produk.

## **3. Faktor Psikologis**

### **a. Motivasi**

Motivasi adalah kekuatan yang mendorong seseorang dari dalam diri manusia yang membuat dirinya melakukan sesuatu. Dorongan tersebut disebabkan oleh sesuatu kebutuhan yang belum terpenuhi. Motivasi adalah kondisi yang menggerakkan pegawai agar mampu mencapai tujuan dari motifnya.

b. Pembelajaran

Pembelajaran merupakan suatu perubahan perilaku seseorang karena pengalaman. Cara individu belajar merupakan hal yang sangat menarik dan penting bagi para akademisi, psikolog, peneliti mengenai konsumen dan pemasar.

c. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Dengan melakukan dan lewat pembelajaran, orang-orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Pada gilirannya, kedua hal ini akan mempengaruhi perilaku membeli mereka. Sikap (*attitude*) menggambarkan evaluasi, perasaan, dan tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide (Haningsih.A, 2013).

### **Teori Permintaan**

Permintaan dan penawaran dalam mempengaruhi pasar (*supply*) dari sisi produsen, sehingga harga yang diciptakan merupakan perpaduan dari kekuatan masing-masing pihak tersebut. Oleh karena itu, perilaku permintaan dan penawaran merupakan konsep dasar dari kegiatan bisnis. Permintaan (*demand*) dapat didefinisikan sebagai banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu (Abdurrohman, 2016).

Dalam pendapat lain permintaan (*demand*) adalah jumlah barang-barang yang pembeli bersedia membelinya pada tingkat harga yang berlaku pada suatu pasar tertentu dan dalam waktu tertentu pula. Besarnya permintaan suatu barang atau produk ditentukan oleh banyak faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain adalah harga barang itu sendiri, penambahan jumlah

penduduk, tingkat pendapatan, harga barang-barang lain, musim dan selera, harapan/pandangan tentang masa yang akan datang dan elastisitas barang.

Faktor- faktor yang mempengaruhi permintaan :

#### 1. Barang itu sendiri

Jika harga suatu barang semakin murah, maka permintaan terhadap barang itu bertambah. Hal ini akan membawa kita ke hukum permintaan “bila harga suatu barang naik, maka jumlah barang itu yang diminta akan berkurang dan sebaliknya.

#### 2. Tingkat pendapatan perkapita

Tingkat pendapatan perkapita dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat.

#### 3. Selera atau kebiasaan

Selera atau kebiasaan juga dapat memengaruhi permintaan suatu barang. Misalnya: walaupun harga sama, permintaan beras di provinsi Maluku lebih rendah dibanding dengan Sumatra Utara. Mengapa? Karena orang Maluku lebih menyukai sagu, sebaliknya orang Sumatra Utara selain lebih menyukai beras, ada kebiasaan (adat) yang membutuhkan beras, terutama dikalangan masyarakat Batak, pada saat acara pernikahan.

#### 4. Jumlah penduduk

Kita ambil contoh beras lagi, sebagai makanan pokok masyarakat Indonesia, maka permintaan beras berhubungan positif dengan jumlah penduduk. Makin banyak jumlah penduduk, permintaan beras makin banyak.

## 5. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Untuk barang berharga jual rendah (*low-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Perilaku konsumsi dipengaruhi oleh karakteristik pembeli dan proses keputusan pembeli. Faktor-faktor dapat dilihat berdasarkan umur, penghasilan, pendidikan, kekayaan dan variabel lainnya. Orang-orang dengan karakteristik sosial yang berbeda memiliki preferensi produk dan merek berbeda pula (Junipranto, S dan Salman, 2014).

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).

Menurut Sumarwan (2002), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah salah satu kunci konsumen untuk mengkonsumsi suatu produk jasa. Contohnya dari 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 juga dari 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.

### **Penelitian Terdahulu**

Menurut penelitian terdahulu oleh Eka dkk (2014) "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 Nina Agustina (2004) "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Minyak Goreng Padat Sawitri di Kota Bogor". Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei yaitu dengan melakukan riset pada konsumen untuk

mendapat data primer. Metode survei merupakan metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data pokok, wawancara dan observasi dilapangan.

Hasil analisis persepsi konsumen terhadap atribut Minyak Goreng Padat Sawitri menunjukkan, atribut yang dinilai penting dalam pemakaian produk minyak goreng adalah mutu, manfaat dan informasi kadaluarsa. Sedangkan atribut yang paling tidak penting adalah prestise. Rata-rata selisih antara atribut ideal dengan persepsi responden terhadap minyak goreng padat sawitri adalah sebesar 1,71 (cukup ideal), atau dapat diartikan minyak goreng padat sawitri mampu memenuhi harapan responden. Berdasarkan analisis penerimaan konsumen terhadap minyak goreng padat sawitri, sebagian besar responden merasa puas (53%), sehingga mereka tertarik untuk memakainya. Informasi ini, juga menunjukkan sebagian besar responden potensial untuk beralih ke produk ini (70%).

### **Kerangka Pemikiran**

Konsumen disini adalah konsumen individu. Konsumen individu adalah konsumen rumah tangga yang membeli sayuran wortel tujuannya untuk konsumsi keluarga. Konsumen dapat memilih barang atau jasa yang akan dikonsumsi sesuai dengan kebutuhannya sendiri dan bebas memilih jenis apa yang akan dikonsumsi.

Usia atau umur merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat pembelian. Karena mereka mengkonsumsi suatu produk sesuai dengan kebutuhan usianya yang pastinya dapat mendorong kesehatannya.

Tingkat pendidikan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi besar kecilnya tingkat pembelian suatu produk. Karena pendidikan berkaitan

dengan pengetahuan seseorang akan suatu hal yang dapat menentukan keputusannya dalam melakukan pembelian.

Jumlah anggota keluarga atau jumlah tanggungan dapat mempengaruhi jumlah permintaan dimana dari banyaknya jumlah anggota keluarga seorang konsumen tersebut maka jumlah permintaan akan cenderung naik, sehingga jumlah anggota keluarga berpengaruh besar terhadap permintaan barang itu sendiri.

Dari tingkat pendapatan konsumen juga merupakan alasan untuk permintaan produk. Tingkat perekonomian masyarakat juga merupakan salah satu faktor permintaan produk. Apabila pendapatan masyarakat stabil, maka minat konsumen untuk mengkonsumsi produk juga akan bertambah sehingga permintaan produk juga terus meningkat.

Harga produk mempengaruhi permintaannya. Bila harga produk semakin tinggi, maka jumlah produk yang diminta akan semakin sedikit dan sebaliknya bila harga produk semakin rendah, maka jumlah produk yang diminta akan semakin meningkat.

Perilaku konsumen sangat penting untuk diketahui dalam memasarkan suatu produk, agar pemasar dapat memasarkan produknya sesuai dengan kebutuhan konsumen. Perilaku konsumen yang akan datang menunjukkan kebosanan akan suatu produk lama dan menginginkan produk baru. Keadaan lingkungan akan mempengaruhi sifat dan kemampuan untuk mendaur ulang produk yang dibuang merupakan pertimbangan pada saat pembelian.

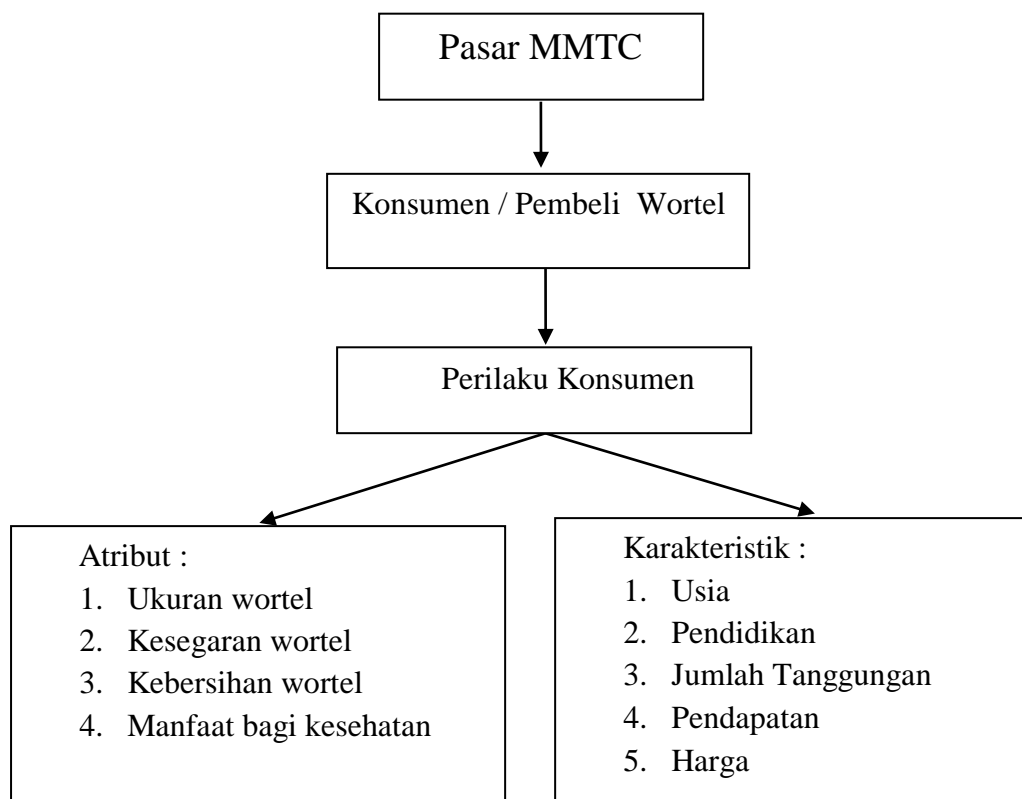
Dalam melakukan pembelian wortel konsumen akan memiliki beberapa jenis perilaku. Berdasarkan hal tersebut dapat dibuat beberapa parameter perilaku



antara lain : ukuran wortel, kesegaran wortel, kebersihan wortel serta manfaat wortel bagi kesehatan.

Penawaran pasar tradisional didapat dari adanya kesepakatan antara permintaan dari pasar tradisional dan penawaran konsumen pasar tradisional. Dan penawaran yang disediakan oleh pasar tradisional maka akan menghasilkan permintaan konsumen untuk membeli wortel.

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



Keterangan :

→ : Ada Pengaruh

**Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran**

**Hipotesis Penelitian**

Adapun yang menjadi hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Usia, pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan serta harga mempengaruhi perilaku konsumen dalam permintaan wortel di Pasar Raya Medan Mega Trade Center.

## **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**

Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) artinya daerah penelitian dipilih secara sengaja berdasarkan tujuan tertentu yang dipandang sesuai dengan tujuan penelitian yakni di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

### **Metode Penarikan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada Pasar Raya Medan Mega Trade Centre. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan kebetulan, maka sampel penelitian adalah konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat melakukan transaksi pembelian wortel. Menurut Roscoe dalam buku sugiyono (2017) “Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 sampel”, dengan demikian peneliti menentukan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 30 orang.

## **Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data primer dan data sekunder diperoleh dari:

### **1. Studi Lapang (Observasi)**

Observasi adalah pengamatan pola perilaku orang, objek, atau kejadian-kejadian melalui cara yang sistematis. Metode ini dilakukan dengan mengamati langsung objek penelitian, yakni konsumen wortel di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

### **2. Wawancara**

Wawancara yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan berbagai pertanyaan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan penelitian. Metode wawancara ini dilakukan secara langsung dengan responden yang dipilih, yakni orang yang sedang membeli wortel di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

### **3. Kuesioner**

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017). Responden dalam penelitian ini adalah konsumen wortel di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

Adapun kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup, dimana peneliti memberikan sejumlah pernyataan untuk diisi oleh responden mengenai apa yang dialami, dirasakan, dan dilakukannya tentang variabel-variabel penelitian yang dipersepsikan dengan memberikan pilihan jawaban. Kuisisioner

dalam penelitian ini didesain dengan model skala likert dibuat dengan 5 alternatif jawaban, dengan rumusan sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju,	nilainya 5
S : Setuju,	nilainya 4
KS: Kurang Setuju,	nilainya 3
TS : Tidak Setuju,	nilainya 2
STS : Sangat Tidak Setuju,	nilainya 1

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

### **Metode Analisis Data**

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program *SPSS* dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel kemudian dijelaskan secara deskriptif. Sebelum data diuji dengan alat pengujian, diperlukan beberapa beberapa langkah pengujian data terlebih dahulu, yaitu:

#### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

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

Validitas menguji seberapa baik suatu instrumen dibuat untuk mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Uji ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Dengan kriteria skor total masing – masing variabel apabila  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel maka dapat dikatakan valid (Prawoto dan Basuki 2016).

b. Uji Reliabilitas

Uji ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat ukur digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk menilai apakah kuisioner ini reliabel atau tidak dengan kriteria menurut Prawoto dan dan Basuki (2016) jika alpha :

- a. > 0,90 maka reliabilitas sempurna
- b. 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi
- c. 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat
- d. < 0,50 maka reliabilitas rendah

**Interpretasi Skor Perhitungan**

Agar mendapatkan hasil intepretasi, terlebih dahulu harus diketahui nilai skor tertinggi (maksimal), indeks skor dan interval skor.

1. Menghitung Skor tertinggi

Skor Maksimal = Jumlah Responden x skor tertinggi likert

2. Menghitung Indeks Skor : 
$$\text{Indeks Skor (\%)} = \frac{\text{TotalSkor}}{\text{SkorMaksimal}} \times 100$$

3. Rumus Interval : 
$$I = \frac{100}{\text{Jumlah Skor Likert}}$$

**Tabel 3. Interval Skor Jawaban Likert**

Indeks Skor	Keterangan
0 % -- 19.99%	Sangat Tidak Kuat
20% -- 39.99%	Tidak Kuat
40% -- 59.99%	Cukup Kuat
60% -- 79.99%	Kuat
80% -- 100%	Sangat Kuat

*Sumber: Sugiyono, 2017.*

## 2. Uji Asumsi Klasik

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

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Selain itu dapat juga dilakukan dengan cara *kolmogorov – smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  maka data penelitian tersebut berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Menurut Prawoto dan Basuki (2016) uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *tolerance* serta nilai *Varians Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengujian yang umum dipakai adalah nilai *tolerance*  $> 0,10$  atau sama dengan nilai  $\text{VIF} < 10$ .

### 3. Analisis Deskriptif

Untuk menjawab rumusan masalah pertama yaitu menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan skala likert untuk menganalisa kriteria perilaku konsumen berdasarkan atribut-atribut pada wortel yaitu ukuran, kesegaran, kebersihan dan manfaat. Data yang merupakan identitas responden dan proses pengambilan keputusan pembelian dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipresentasikan berdasarkan jumlah responden dengan menggunakan indeks skor.

#### **Analisis Regresi Linear Berganda**

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

Rumus yang digunakan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Jumlah permintaan wortel (Kg)

a = Konstanta / intercept

b1 = Koefisien regresi variabel X1, dan seterusnya.

X1 = Usia (tahun)



X2 = Tingkat Pendidikan (tahun)

X3 = Jumlah Tanggungan (jiwa)

X4 = Pendapatan (Rp/bln)

X5 = Harga wortel (Rp/Kg)

e = Error

Pengambilan keputusan dilakukan uji berikut :

### **Uji T (Parsial)**

Uji – t ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh masing – masing variabel bebas (X1, X2, X3, X4, X5) terhadap variabel terikat (Y) apakah nyata atau tidak.

Kriteria uji sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  maka H0 diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  maka H1 diterima.

### **Uji F (Serempak)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya (X1, X2, X3, X4, X5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang nyata atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria uji sebagai berikut :

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  maka H0 diterima

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  maka H1 diterima

### **Definisi dan Batasan Operasional**

1. Perilaku konsumen merupakan segala hal-hal atau alasan yang mendasari konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
2. Pasar merupakan tempat bertransaksinya antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi jual dan beli suatu barang sesuai dengan kebutuhan masing-masing.
3. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan/dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk yang ditawarkan (Rp/Kg).
4. Pendapatan konsumen merupakan total penghasilan rata-rata keluarga per bulannya.
5. Analisis Regresi adalah metode analisis yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.
6. Wortel adalah sayuran konsumsi yang berwarna orange berbentuk memanjang dan memiliki banyak sekali manfaat bagi tubuh karna banyak mengandung vitamin, salah satunya vitamin A, dan betakarotein.
7. Sampel adalah konsumen akhir yang membeli wortel di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.
8. Komoditi yang diteliti adalah wortel.
9. Penelitian dilakukan di Pasar Raya Medan Trade Center.
10. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang diteliti adalah umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan dan harga wortel.

## **DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN**

### **Letak dan Luas Derah**

Pasar Raya Medan Mega Trade Center didirikan pada tanggal 7 Oktober 2016 dibawah pengelolaan PT. Deli Metropolitan dan diresmikan pada tanggal 15 Oktober 2017. Pasar Raya Medan Mega Trade Centre terletak di Dusun VII, Desa Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang dengan luas 7 Hektar.

### **Daerah Lokasi Penelitian**

Pasar Raya Medan Mega Trade Center adalah bertemunya penjual dan pembeli secara langsung melakukan transaksi jual beli yang biasanya dengan pola tawar menawar, pembayaran secara tunai, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios dan grosir yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Umumnya menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa buah, sayuran-sayuran, telur, pakaian dan lain-lain. Pasar Raya Medan Mega Trade Center yang terletak di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, kawasan Pasar Raya Medan Mega Trade Center terletak di komplek Medan Mega Trade Center Dusun VII Jalan Williem Iskandar.

Untuk kelancaran administrasi pasar ini di pimpin oleh seorang kepala pasar dibantu oleh staff dan beberapa petugas seperti koordinator pedagang, koordinator kebersihan dan keamanan pasar. Kegiatan pemasaran tidak cukup hanya ada jalan distribusi antara produsen dan konsumen, seperti adanya distributor, agen, pedagang dan lain-lain. Namun tidak kalah pentingnya juga harus ada ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai.

a. Potensi Pasar

Untuk mengetahui berapa besar potensi pasar dapat dilihat dari tabel berikut sesuai dengan data yang diperoleh langsung dari kantor pengelola Pasar Raya Medan Mega Trade Center.

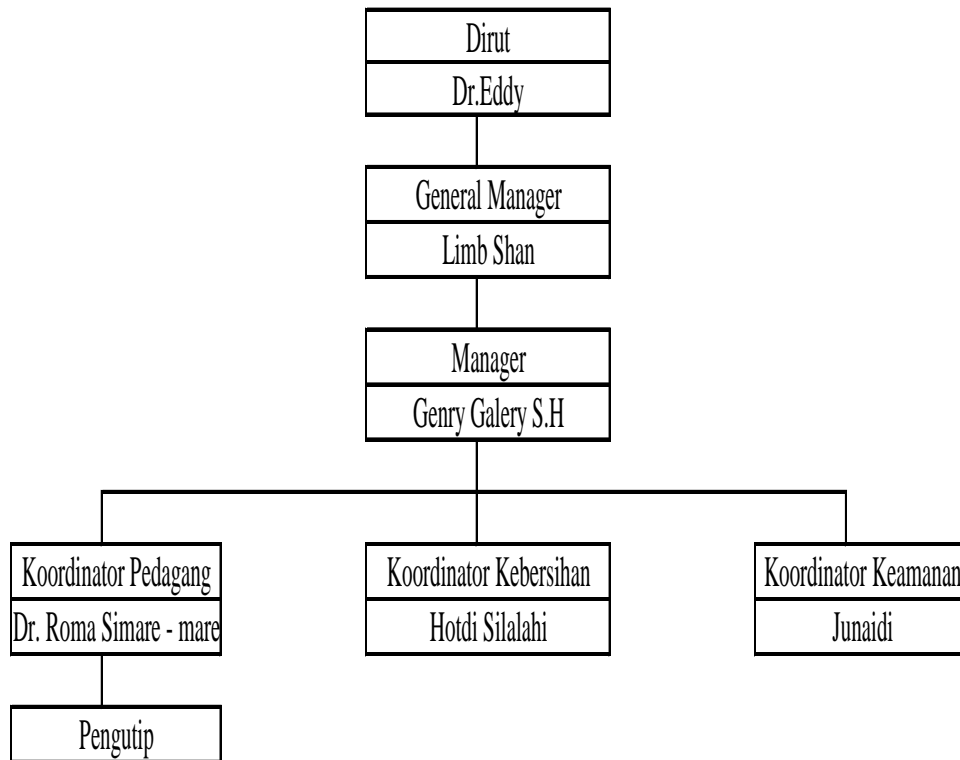
**Tabel 4. Daftar Potensi Pasar Raya Medan Mega Trade Center**

No.	Jenis bangunan	Aktif	Tidak aktif	Jumlah
1.	Kios Sayur	750	290	1040
2.	Kios Buah	90	-	90
3.	Kios Ikan	90	-	90
4.	Sembako	30	10	40
5.	Mesjid	1	-	1
6.	KM/WC	30	-	30
Jumlah		991	300	1.291

*Sumber : Pasar Raya Medan Mega Trade Center 2019*

b. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat dilihat pada gambar 2 dimana data diperoleh langsung dari kantor Pasar Raya Medan Mega Trade Center berdasarkan jabatan masing-masing. Adapun struktur organisasi dari Pasar Raya Medan Mega Trade Center Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang



Gambar. 2 Struktur Organisasi Pasar Raya Medan Mega Trade Center

### 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 Pasar Raya Medan Mega Trade Center sangat baik, hal ini dapat dilihat dari segi keamanan, parkir, dan tempat ibadah.

#### a. Keamanan

Pasar Raya Medan Mega Trade Centre dilengkapi dengan anggota keamanan sebanyak 20 orang dan dibagi 2 shift pekerjaan. Pos keamanan terletak dibagian depan pintu masuk maupun dalam pasar, para petugas keamanan berkeliling disetiap tempat, baik didalam pasar, lokasi parkir, mushola dan

kantor untuk memantau keamanan di pasar Pasa Raya Medan Mega Trade Center pada saat konsumen berbelanja.

b. Parkir

Pasa Raya Medan Mega Trade Center menyediakan jasa parkir untuk kendaraan roda dua, kendaraan roda tiga dan kendaraan roda empat, dengan dikenakan tarif sebesar Rp.2.000 untuk roda dua, Rp.3.000 untuk roda tiga, dan Rp. 4.000 untuk roda empat.

c. Mesjid

Salah satu tempat ibadah yang terdapat di Pasa Raya Medan Mega Trade Center adalah mesjid yang terletak di tengah Pasar Raya Medan Mega Trade Centre sehingga memudahkan para pedagang maupun konsumen untuk beribadah.

### **Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli wortel untuk konsumsi rumah tangga di Pasar Raya Medan Mega Trade Center. Total responden pada penelitian ini berjumlah 30 orang. Unsur-unsur karakteristik responden yang dianalisa meliputi umur, pendidikan, jumlah tanggungan dan pendapatan. Adapun unsur-unsur karakteristik responden tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

1. Umur

Umur penting untuk diketahui karena berhubungan dengan usia produktif responden. Berdasarkan hasil penelitian umur responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

<b>Usia (Tahun)</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
15 – 25	6	20
26 – 35	4	13,33
36 – 45	7	23,33
46 – 55	13	43,33
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang membeli wortel di Pasar Raya Medan Mega Trade Center yaitu pada kisaran umur 46–55 tahun sebanyak 13 orang dengan persentase sebesar 43,33 % kemudian pada usia 15-25 tahun sebanyak 6 orang (20%), usia 26-35 tahun sebanyak 4 orang (13,33%) dan usia 36-45 sebanyak 7 orang (23,33%).

b. Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu hal yang penting, dimana dengan adanya pendidikan yang pernah diikuti oleh seseorang secara langsung akan mempengaruhi pola pikir dan pengetahuan individu tersebut akan berbagai hal. Tingkat pendidikan yang semakin tinggi akan mendorong individu itu untuk menguasai pengetahuan yang lebih tinggi pula tentang kualitas bahan pangan yang akan dibeli. Berikut adalah tabel tingkat pendidikan responden :

**Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah Reponden</b>	<b>Persentase (%)</b>
SD	2	6,67
SMP	2	6,67
SMA	14	46,67
S1	12	40
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan responden didominasi oleh tingkat SMA sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar 46,67 % kemudian pada tingkat SD sebanyak 2 orang (6,67%), tingkat SMP sebanyak 2 orang (6,67%) dan tingkat S1 sebanyak 12 orang (40%).

c. Jumlah Tanggungan

Jumlah tanggungan akan mempengaruhi permintaan. Semakin banyak tanggungan keluarga, maka permintaan juga akan meningkat. Hal ini berkaitan dengan usaha pemenuhan akan kecukupan kebutuhan setiap individu. Pertambahan jumlah tanggungan tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi biasanya pertambahan jumlah tanggungan diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja pula. Berikut dibawah ini tabel jumlah tanggungan responden :

**Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan**

<b>Jumlah Tanggungan</b>	<b>Jumlah Reponden</b>	<b>Presentase (%)</b>
0 – 2	12	40
3 – 4	16	53,33
5 – 6	2	6,67
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan tabel diatas, jumlah tanggungan responden yang terbesar yaitu didominasi oleh responden yang memiliki jumlah tanggungan 3–4 orang yaitu sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 53,33 % kemudian jumlah tanggungan 0–2 sebanyak 12 orang (40%) dan jumlah tanggungan 5–6 sebanyak 2 orang (6,67%).



d. Pendapatan

Karakteristik Responden berdasarkan pendapatan per bulannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

<b>Pendapatan (Bulan)</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.000.000 s/d 2.000.000	4	13,33
2.000.000 s/d 3.000.000	5	16,67
3.000.000 s/d 4.000.000	15	50
4.000.000 s/d 5.000.000	6	20
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen yang membeli wortel memiliki tingkat pendapatan pada interval ke tiga yaitu sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 50% kemudian pada tingkat pendapatan interval pertama sebanyak 4 orang (13,33%), tingkat pendapatan imterval ke dua sebanyak 5 orang (16,67%) dan tingkat pendapatan interval ke empat sebanyak 6 orang (20%).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji validitas

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

#### 1. Ukuran

**Tabel 9. Uji Validitas Ukuran**

Variabel Ukuran	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,627	0,344	Valid
Pernyataan 2	0,878	0,344	Valid
Pernyataan 3	0,768	0,344	Valid
Pernyataan 4	0,899	0,344	Valid
Pernyataan 5	0,469	0,344	Valid

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 30 responden menghasilkan bahwa pada atribut ukuran dari pernyataan 1 hingga 5 dinyatakan valid. Hal ini dapat disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel. Dengan hasil yakni pernyataan 1 sebesar 0,627, pernyataan 2 sebesar 0,878, pernyataan 3 sebesar 0,768, pernyataan 4 sebesar 0,899 dan pernyataan 5 sebesar 0,469.

#### 2. Kesegaran

**Tabel 10. Uji Validitas Kesegaran**

Variabel Kesegaran	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,897	0,344	Valid
Pernyataan 2	0,741	0,344	Valid
Pernyataan 3	0,819	0,344	Valid
Pernyataan 4	0,584	0,344	Valid
Pernyataan 5	0,628	0,344	Valid

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 30 responden menghasilkan bahwa pada atribut ukuran dari pernyataan 1 hingga 5 dinyatakan valid. Hal ini dapat disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel. Dengan hasil yakni pernyataan 1 sebesar 0,879, pernyataan 2 sebesar 0,741, pernyataan 3 sebesar 0,819, pernyataan 4 sebesar 0,548 dan pernyataan 5 sebesar 0,628.

### 3. Kebersihan

**Tabel 11. Uji Validitas Kebersihan**

Variabel Kebersihan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,952	0,344	Valid
Pernyataan 2	0,752	0,344	Valid
Pernyataan 3	0,952	0,344	Valid
Pernyataan 4	0,952	0,344	Valid
Pernyataan 5	0,902	0,344	Valid

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan tabel 10 diatas dapat dilihat bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 30 responden menghasilkan bahwa pada atribut ukuran dari pernyataan 1 hingga 5 dinyatakan valid. Hal ini dapat disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel. Dengan hasil yakni pernyataan 1 sebesar 0,952, pernyataan 2 sebesar 0,752, pernyataan 3 sebesar 0,952, pernyataan 4 sebesar 0,952 dan pernyataan 5 sebesar 0,902.

#### 4. Manfaat

**Tabel 12. Uji Validitas Manfaat**

Variabel Manfaat	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,576	0,344	Valid
Pernyataan 2	0,902	0,344	Valid
Pernyataan 3	0,864	0,344	Valid
Pernyataan 4	0,843	0,344	Valid
Pernyataan 5	0,664	0,344	Valid

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 30 responden menghasilkan bahwa pada atribut ukuran dari pernyataan 1 hingga 5 dinyatakan valid. Hal ini dapat disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel. Dengan hasil yakni pernyataan 1 sebesar 0,576, pernyataan 2 sebesar 0,902, pernyataan 3 sebesar 0,864, pernyataan 4 sebesar 0,843 dan pernyataan 5 sebesar 0,664.

#### Uji Reliabilitas

Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 30 responden yang dinilai memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Hasil uji reliabilitas dilihat melalui nilai cronbach alpha pada tabel dibawah ini.

**Tabel 13. Uji Reliabilitas**

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach`s Alpha	Keterangan
Ukuran	5	0,785	Reliabel
Kesegaran	5	0,789	Reliabel
Kebersihan	5	0,943	Reliabel
Manfaat	5	0,803	Reliabel

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Dari tabel 13 diatas disimpulkan alat ukur dalam penelitian ini termasuk golongan reabilitas tinggi. Karena dapat dilihat bahwa nilai Cronbach`s Alpha

setiap atribut  $> 0,70$ . Yaitu dengan nilai *Cronbach's Alpha* ukuran sebesar 0,785, kesegaran sebesar 0,789, kebersihan sebesar 0,943 dan manfaat sebesar 0,803.

### **Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel (Berdasarkan Atribut Ukuran, Kesegaran, Kebersihan Dan Manfaat)**

Atribut merupakan karakteristik atau ciri-ciri dari suatu benda atau produk yang dijadikan suatu objek. Atribut sayur wortel dalam penelitian ini meliputi atribut ukuran, kesegaran, kebersihan dan manfaat. Berikut merupakan rekapitulasi jawaban responden :

**Tabel 14. Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel Berdasarkan Ukurannya**

Variabel Ukuran	Skor					Total Skor
	STS	TS	KS	S	SS	
P.1	0	0	2	25	3	121
P.2	0	0	22	7	1	99
P.3	0	0	9	20	1	112
P.4	0	0	0	1	29	149
P.5	0	0	0	5	25	145
<b>Total</b>						<b>626</b>

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Dari tabel diatas dapat dilihat pada pernyataan 1 responden dominan menjawab setuju sebanyak 25 responden (83,33%) dimana para responden setuju bahwa dalam pembelian wortel, ukuran menjadi faktor yang mempengaruhi minat mereka. Pernyataan 2 responden dominan menjawab kurang setuju sebanyak 22 responden (73,33%) dimana para responden berpendapat kurang setuju terhadap pembelian wortel dengan ukuran yang besar-besar karena menurut mereka ukuran wortel yang terlalu besar cenderung lebih tua dibandingkan ukuran yang sedang atau kecil-kecil. Pernyataan 3 responden dominan menjawab setuju sebanyak 20 responden (66,67%) karena menurut mereka setuju bahwasannya

ukuran wortel yang menarik itu adalah yang sedang dan panjang, kalau ukuran wortel yang cenderung kecil rata-rata mereka kurang tertarik untuk memilihnya. Pernyataan 4 responden dominan menjawab sangat setuju sebanyak 29 responden (96,67%) karena para responden dalam memilih wortel melihat keadaan wortel terlebih dahulu, mereka hanya mau membeli yang bagus tanpa ada patahan atau kerusakan lainnya. Pernyataan 5 responden dominan menjawab sangat setuju sebanyak 25 responden (83,33%) karena para responden lebih suka dengan wortel yang memiliki bentuk lurus tanpa adanya bagian yang bercabang.

Dari seluruh data jawaban atribut ukuran responden diatas maka dilihat dengan metode indeks skor jawaban didapat :

$$\text{Total Skor} = 626$$

$$\text{Skor Maksimal} = 750$$

$$\text{Indeks Skor} = \frac{\text{TotalSkor}}{\text{SkorMaksimal}} \times 100\%$$

$$\text{Indeks Skor} = \frac{626}{750} \times 100 \%$$

$$\text{Indeks Skor} = 83,46\%$$

Dari data yang didapat 83,46% termasuk pada interval sangat kuat. Dinyatakan sangat kuat karena pada saat penelitian atribut ukuran sangat berpengaruh bagi konsumen melakukan pembelian wortel. Hal ini sesuai dengan fenomena yang ditemukan peneliti di lapangan. Konsumen disini memilih wortel dengan ukuran yang tidak terlalu besar tetapi memiliki ukuran panjang yang pas, karena menurut mereka dengan ukuran yang tidak terlalu besar dan tidak terlalu pendek itulah yang cocok dalam pemilihan wortel sebelum melakukan pembelian.

**Tabel 15. Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel Berdasarkan Kesegarannya**

Variabel Kesegaran	Skor					Total Skor
	STS	TS	KS	S	SS	
P.1	0	0	0	1	29	149
P.2	0	0	0	2	28	148
P.3	0	0	0	1	29	149
P.4	0	0	0	1	29	149
P.5	0	0	2	11	17	135
<b>Total</b>						<b>730</b>

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Dari tabel diatas dapat dilihat pada pernyataan 1 responden dominan menjawab sangat setuju sebanyak 29 responden (96,67%) karena menurut mereka kesegaran itu adalah hal yang sangat penting diperhatikan sebelum melakukan pembelian. Pernyataan 2 responden dominan menjawab sangat setuju sebanyak 28 responden (93,33%) karena pada dasarnya sayuran atau buah-buahan yang memiliki warna cerahlah yang dikatakan segar, sama seperti wortel yang memiliki warna kuning kemerahan lah yang baik dikonsumsi oleh konsumen. Pernyataan 3 responden dominan menjawab sangat setuju sebanyak 29 responden (96,67%) karena tekstur dari kulit wortel dapat menggambarkan tingkat kesegaran dari wortel tersebut, apabila wortel tersebut merupakan stok baru maka tekstur kulitnya akan cenderung segar dan tidak ada keriput atau sering dikatakan layu. Pernyataan 4 responden dominan menjawab sangat setuju sebanyak 29 responden (96,67%) dimana mereka cenderung tidak mau memilih sayur yang ada memiliki bercak-bercak pada kulitnya karena menurut mereka kalau sudah ada bercak pada kulit, sayuran itu memiliki penyakit atau residu akibat pestisida atau pupuk saat produksinya. Pernyataan 5 responden dominan menjawab sangat setuju sebanyak 17 responden (56,67%) karena pada umumnya mereka hanya mau membeli wortel

yang segar dan baru bukan wortel yang sudah stok kemarin yang tidak habis terjual walaupun harganya lebih murah.

Dari seluruh data jawaban atribut kesegaran responden diatas maka dilihat dengan metode indeks skor jawaban didapat :

$$\text{Total Skor} = 730$$

$$\text{Skor Maksimal} = 750$$

$$\text{Indeks Skor} = \frac{\text{TotalSkor}}{\text{SkorMaksimal}} \times 100\%$$

$$\text{Indeks Skor} = \frac{730}{750} \times 100 \%$$

$$\text{Indeks Skor} = 97,33\%$$

Dari data yang didapat 97,33% termasuk pada interval sangat kuat. Dinyatakan sangat kuat karena pada saat penelitian atribut kesegaran sangat berpengaruh bagi konsumen melakukan pembelian wortel. Hal ini sesuai dengan fenomena yang ditemukan peneliti di lapangan. Konsumen yang melakukan pembelian wortel karena kesegarannya itu dapat dilihat dari kecerahan warnanya yaitu warna kuning keorangean dan tekstur permukaan kulit yang masih segar dan tidak memiliki keriput pada bagian luar kulitnya, sehingga mereka melakukan pembelian dan mengkonsumsi sayur wortel.



**Tabel 16. Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel Berdasarkan Kebersihannya**

Variabel Kebersihan	Skor					Total Skor
	STS	TS	KS	S	SS	
P.1	0	0	1	12	17	136
P.2	0	2	5	12	11	122
P.3	0	0	0	6	24	144
P.4	0	2	10	12	6	112
P.5	0	4	15	9	2	99
<b>Total</b>						<b>613</b>

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Dari tabel diatas dapat dilihat pada pernyataan 1 responden dominan menjawab sangat setuju sebanyak 17 responden (56,67%) karena wortel yang bersih dan rapi lah yang terlihat lebih menarik dari pada wortel yang belum dilakukan sortasi pembersihan. Pernyataan 2 responden dominan menjawab setuju sebanyak 12 responden (40%) karena sebagian dari mereka saat melalukan pembelian lebih menyukai wortel yang sudah tidak memiliki tungkul lagi dan apabila masih terdapat tungkul mereka akan cenderung membuangnya karena menurut mereka itu mempengaruhi timbangan juga. Pernyataan 3 responden dominan menjawab sangat setuju sebanyak 24 responden (80%) karena mereka tidak mau membeli apabila keadaan wortel itu masih banyak kotoran yang melekat dikulitnya, baik tanah, sampah daun atau yang lainnya, mereka hanya akan membeli wortel dengan keadaan yang telah dibersihkan dari kotoran. Pernyataan 4 responden dominan menjawab setuju sebanyak 12 responden (40%) dimana sebagian dari mereka teliti dalam pemilihan sayuran termasuk wortel ini, mereka membeli hanya pada wortel yang baik tampilannya dan segar. Pernyataan 5 responden dominan menjawab kurang setuju sebanyak 15 responden (50%) karena menurut mereka lebih baik memilih wortel yang bersih dan baik walaupun

harganya sedikit meningkat dari pada membeli wortel yang keadaannya kurang bersih yang cenderung akan memicu penyakit timbul pada pengkonsumsinya.

Dari seluruh data jawaban atribut kebersihan responden diatas maka dilihat dengan metode indeks skor jawaban didapat :

$$\text{Total Skor} = 613$$

$$\text{Skor Maksimal} = 750$$

$$\text{Indeks Skor} = \frac{\text{TotalSkor}}{\text{SkorMaksimal}} \times 100\%$$

$$\text{Indeks Skor} = \frac{613}{750} \times 100 \%$$

$$\text{Indeks Skor} = 81,73\%$$

Dari data yang didapat 81,73% termasuk pada interval sangat kuat. Dinyatakan sangat kuat karena pada saat penelitian atribut kebersihan sangat berpengaruh bagi konsumen melakukan pembelian wortel. Hal ini sesuai dengan fenomena yang ditemukan peneliti di lapangan. Konsumen membeli wortel karena melihat tampilan dari wortel itu sendiri yang bersih dan rapi, rapi yang dimaksudkan disini yaitu wortel yang tungkul daunnya sudah dibuang dan sudah tidak memiliki kotoran lagi dibagian kulit luarnya, sehingga para responden melakukan pembelian dan mengkonsumsi wortel.

**Tabel 17. Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel Berdasarkan Manfaatnya**

Variabel Manfaat	Skor					Total Skor
	STS	TS	KS	S	SS	
P.1	0	0	0	12	18	138
P.2	0	0	0	19	11	131
P.3	0	0	0	17	13	133
P.4	0	0	0	15	15	135
P.5	0	3	17	8	2	99
<b>Total</b>						<b>636</b>

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat pada pernyataan 1 responden dominan menjawab sangat setuju sebanyak 18 responden (60%) karena wortel merupakan salah satu sayuran yang mengandung banyak sekali manfaat sehingga mereka sangat setuju apabila sayuran ini tergolong sayuran yang baik dikonsumsi setiap hari. Pernyataan 2 responden dominan menjawab setuju sebanyak 19 responden (63,33%) karena hampir semua orang pasti tahu akan kandungan manfaat pada wortel terutama kandungan vitamin A nya yang tinggi yang baik untuk mata, tetapi alasan lain mereka membeli wortel yaitu rasanya yang manis serta dapat diolah berbagai macam olahan yang membuat mereka suka terhadap sayuran wortel ini. Pernyataan 3 responden dominan menjawab setuju sebanyak 17 responden (56,67%) karena dasar kandungan gizi dan vitaminnya yang sudah tersebar luas diseluruh masyarakat yang membuat para responden mengetahui pula akan kandungan gizi dan vitamin yang terkandung didalam wortel serta menjadi pertimbangan mereka dalam membeli wortel ini. Pernyataan 4 responden dominan menjawab sangat setuju dan setuju sama besar sebanyak 15 responden (50%) karena disini mereka cenderung memiliki pendapat bahwa wortel adalah sayuran yang baik dikonsumsi setiap hari, oleh karena itu mereka menganggap

wortel merupakan salah satu sayuran yang wajib mereka beli. Pernyataan 5 responden dominan menjawab kurang setuju sebanyak 17 responden (56,67%) karena pada umumnya responden yang membeli wortel itu bukan berdasarkan anjuran dari dokter atau pihak kesehatan lainnya tetapi mereka membeli karena memang mereka menyukainya dan wortel adalah sayuran yang kaya akan manfaat.

Dari seluruh data jawaban atribut manfaat responden diatas maka dilihat dengan metode indeks skor jawaban didapat :

$$\text{Total Skor} = 636$$

$$\text{Skor Maksimal} = 750$$

$$\text{Indeks Skor} = \frac{\text{TotalSkor}}{\text{SkorMaksimal}} \times 100\%$$

$$\text{Indeks Skor} = \frac{636}{750} \times 100 \%$$

$$\text{Indeks Skor} = 84,80\%$$

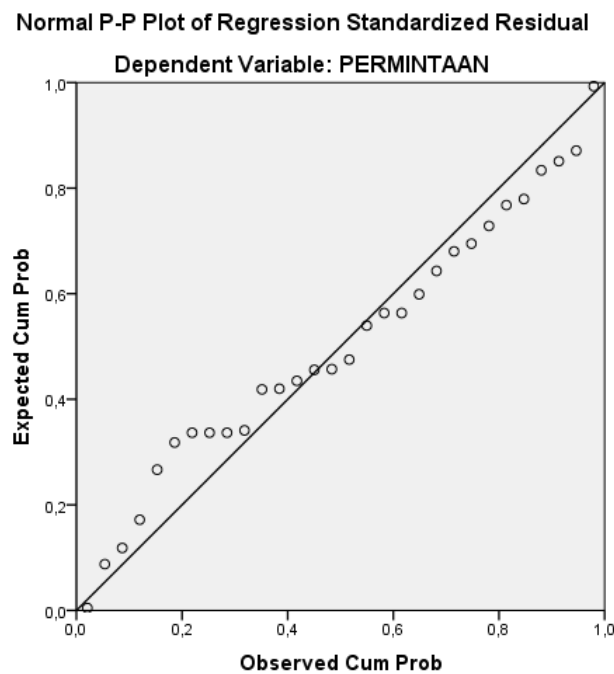
Dari data yang didapat 84,80% termasuk pada interval sangat kuat. Dinyatakan sangat kuat karena pada saat penelitian atribut manfaat sangat berpengaruh bagi konsumen melakukan pembelian wortel. Hal ini sesuai dengan fenomena yang ditemukan peneliti di lapangan. Konsumen yang melakukan pembelian wortel karena worte merupakan sayuran yang memiliki segudang manfaat dan kandungan gizi yang sangat banyak, sehingga mereka melakukan pembelian dan mengkonsumsi sayur wortel ini.

## Pengaruh Harga, Umur, Pendidikan, Jumlah Tanggungan Dan Pendapatan Terhadap Permintaan Wortel

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

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



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

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

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini merupakan deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas pada data kita dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Varians Inflation Factor (VIF)*. Uji multikolinearitas ini memiliki kriteria uji yaitu nilai *tolerance*  $> 0,10$  atau sama dengan nilai *VIF*  $< 10$ . Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada hasil output dibawah ini :

**Tabel 18. Uji Multikolinearitas**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(constant)		
UMUR	,330	3,031
PENDIDIKAN	,919	1,088
JLH_TANGGUNGAN	,442	2,260
PENDAPATAN	,498	2,009
HARGA	,563	1,775

a. Dependent Variable: PERMINTAAN

Sumber: Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwasannya variabel usia nilai VIF nya  $3,031 < 10$ , variabel pendidikan nilai VIF  $1,088 < 10$ , variabel jumlah tanggungan nilai VIF  $2,260 < 10$ , variabel pendapatan nilai VIF  $2,009 < 10$  dan harga nilai VIF  $1,775 < 10$ , maka kesimpulannya hasil output data diatas tidak ada mengandung multikolinearitas.

## Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 19. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	Sig
Umur	,084	,075	,269
Pendidikan	,157	,063	,020
Jumlah tanggungan	-,156	,126	,228
Pendapatan	,099	,077	,211
Harga	,000	,000	,000
Konstanta	,325	,340	,350
Multiple R	,930	-	-
F-hit	30,934	-	-
R-Square	,866	-	-

Sumber: Data Primer Diolah SPSS, 2019

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

$$Y = 0,325 + 0,084X_1 + 0,157X_2 - 0,156 X_3 + 0,099X_4 + 0,000 X_5 + e$$

### Uji Secara Parsial (Uji T)

Uji T pada dasarnya adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu persatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk membuktikan dan melihat, apakah secara parsial faktor Umur ( $X_1$ ), Pendidikan ( $X_2$ ), Jumlah Tanggungan ( $X_3$ ), Pendapatan ( $X_4$ ) dan Harga ( $X_5$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan wortel ( $Y$ ) di Pasar Raya Medan Mega Trade Center (MMTC). Hasil Uji Parsial (Uji T) pada penelitian ini dapat dilihat pada output SPSS dibawah ini :

**Tabel 20. Uji Secara Parsial (Uji T)**

Model	T	Sig.
(Constant)	,954	,350
UMUR	1,132	,269
PENDIDIKAN	2,502	,020
JLH_TANGGUNGAN	-1,236	,228
PENDAPATAN	1,285	,211
HARGA	7,692	,000

a. Dependent Variable: PERMINTAAN

*Sumber: Data Primer Diolah 2019*

#### 1. Pengaruh Umur ( $X_1$ ) Terhadap Permintaan Wortel ( $Y$ )

Dari hasil uji parsial dapat dilihat nilai sig  $0,05 < 0,269$  sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Ini artinya secara parsial variabel umur tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan wortel. Karena wortel merupakan sayuran multifungsi yang banyak digemari oleh semua kalangan umur, baik anak-anak maupun orang dewasa. Wortel dapat diolah menjadi banyak hal seperti campuran makanan, minuman, bahkan kosmetik, jadi wajar bila semua kalangan umur menyukai sayur wortel ini. Kemudian pada konsumen yang memiliki masalah pada indera penglihatannya, seperti rabun atau penyakit lainnya, wortel ini merupakan sayuran yang sangat dianjurkan untuk dikonsumsi dalam jangka panjang karena kandungan vitamin A yang terkandung didalam wortel dapat membantu penyembuhan penyakit pada mata manusia.

#### 2. Pengaruh Pendidikan ( $X_2$ ) Terhadap Permintaan Wortel ( $Y$ )

Dari hasil uji parsial dapat dilihat nilai Sig  $0,020 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini artinya secara parsial variabel pendidikan berpengaruh nyata terhadap permintaan wortel. Menurut Notoadmodjo (2010), mengatakan bahwasannya pendidikan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang



sangat diperlukan untuk pengembangan diri, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi pula pengetahuan seseorang, serta dapat juga mempengaruhi mereka dalam menerima informasi tentang suatu objek. Oleh karena itu konsumen yang memiliki pendidikan lebih tinggi cenderung lebih mengetahui dan lebih selektif dalam memilih makanan terutama sayuran yang baik dikonsumsi setiap harinya.

### 3. Pengaruh Jumlah Tanggungan ( $X_3$ ) Terhadap Permintaan Wortel (Y)

Dari hasil uji parsial dapat dilihat nilai Sig  $0,05 < 0,228$  sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Ini artinya secara parsial variabel jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan wortel. Karena dalam pembelian wortel para konsumen membeli untuk kebutuhan sehari-hari agar memenuhi gizi individu ataupun keluarganya bukan karena besarnya jumlah tanggungan keluarga tersebut.

### 4. Pengaruh Pendapatan ( $X_4$ ) Terhadap Permintaan Wortel (Y)

Dari hasil uji parsial dapat dilihat nilai Sig  $0,05 < 0,211$  sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Ini artinya secara parsial variabel pendapatan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan wortel. Karena wortel termasuk sayuran dengan harga yang relatif terjangkau sehingga para konsumen dari kalangan manapun dengan pendapatan rendah ataupun tinggi dapat membeli dan mengkonsumsinya setiap hari.

### 5. Pengaruh Harga ( $X_5$ ) Terhadap Permintaan Wortel (Y)

Dari hasil uji parsial dapat dilihat nilai Sig  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini artinya secara parsial variabel harga berpengaruh nyata terhadap permintaan wortel. Karena harga sayuran yang cenderung

berfluktuasi setiap waktunya mempengaruhi konsumen dalam membeli wortel. Pada saat wortel langka dipasaran maka harga akan cenderung naik dan kualitas wortel yang dijual juga belum terjamin baik, karena mengikuti ketersediaan pasokan yang ada dan pada saat wortel banjir dipasaran akan membuat harga turun karena banyaknya pasokan yang masuk ke para pedagang dan mempengaruhi minat konsumen dalam pembelian wortel tersebut.

### Uji Secara Serempak (Uji F)

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis dilakukan Uji F yaitu membandingkan sig dengan alpha (0,05). Untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan mengenai pengaruh Umur ( $X_1$ ), Pendidikan ( $X_2$ ), Jumlah Tanggungan ( $X_3$ ), Pendapatan ( $X_4$ ) dan Harga ( $X_5$ ) terhadap permintaan wortel, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

**Tabel 21. Uji F (Uji Serempak) Pada Analisis Linier Berganda**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,571	5	2,314	30,934	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1,796	24	,075		
	Total	13,367	29			

a. Dependent Variable: PERMINTAAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, PENDIDIKAN, PENDAPATAN, JLH\_TANGGUNGAN, UMUR

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Nilai Sig pada uji F (serempak) bernilai 0,000. Dengan dasar pengambilan keputusan apabila Sig < 0,05 maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$ . Artinya variabel umur, pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan dan harga berpengaruh secara nyata dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu permintaan. Dari hasil sig yang terlihat dapat menjelaskan bahwa pengujian secara serempak terhadap variabel permintaan ini dikatakan memiliki pengaruh satu sama lainnya dimana

pada variabel pendidikan dan harga terlihat memiliki pengaruh yang sangat nyata dan signifikan.

**Tabel 22. Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,930 <sup>a</sup>	,866	,838	,274

a. Predictors: (Constant), HARGA, PENDIDIKAN, PENDAPATAN, JLH\_TANGGUNGAN, UMUR  
 b. Dependent Variable: PERMINTAAN

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Dari hasil pengujian SPSS diketahui bahwa nilai koefisien determinasi dari penelitian sebesar 0,866 atau 86,6%. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa secara serempak (simultan) umur, pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan dan harga berpengaruh terhadap permintaan wortel dan selebihnya sebesar 13,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Nilai Multiple R sebesar 0,930 atau 93% yang berarti ada hubungan yang erat antara umur, pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan dan harga terhadap permintaan wortel.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Permintaan wortel berdasarkan atribut wortel dapat dilihat dari perolehan hasil indeks skor yaitu atribut ukuran 83,46% digolongkan sangat kuat, atribut kesegaran 97,33% digolongkan sangat kuat, atribut kebersihan 81,73% digolongkan sangat kuat dan atribut manfaat 84,80% digolongkan sangat kuat. Dengan ini dapat diambil kesimpulan bahwa atribut kesegaran yang memiliki pengaruh paling kuat dengan persentase yang paling tinggi diantara atribut-atribut yang lain untuk konsumen dalam melakukan pembelian wortel.
2. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, secara parsial variabel pendidikan Sig  $0,020 < 0,05$  dan variabel harga Sig  $0,000 < 0,05$  sehingga berpengaruh nyata terhadap permintaan wortel. Sedangkan variabel umur Sig  $0,05 < 0,269$ , variabel jumlah tanggungan Sig  $0,05 < 0,228$  dan variabel pendapatan Sig  $0,05 < 0,211$  sehingga tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan wortel pada tingkat kepercayaan 95%. Berdasarkan analisis linier berganda secara simultan diperoleh hasil Sig  $0,000 < 0,05$  sehingga tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$ . Artinya secara simultan (serempak) umur, pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan serta harga berpengaruh nyata dan signifikan terhadap permintaan wortel.

### **Saran**

1. Diharapkan kepada konsumen agar dapat mempertahankan pertimbangan keputusan dalam melakukan pembelian sayur wortel di Pasar Raya Medan Mega Trade Center.

2. Dengan penelitian ini diharapkan pedagang dapat menjaga dan meningkatkan kualitas sayurannya terkhusus wortel agar dapat meningkatkan daya beli masyarakat terhadap wortel di pasar Raya Medan Mega Trade Cente

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman, K. 2016. *Permintaan Dan Penawaran Dalam Mempengaruhi Pasar*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 4, No. 2. STAIN. Kudus.
- Agustin, N. 2004. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Minyak Goreng Padat Sawitri*. Skripsi. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Cahyono, B. 2002. *Wortel "Teknik Budidaya dan Analisis Usaha Tani"*. Kanisius. Yogyakarta.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Dasipah, E, dkk. 2010. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Sayuran Di Pasar Modern Kota Bekasi. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, Vol. 1 No. 2. Bekasi.
- Dwipoyono, H.S., Tyasmoro, S.Y., & Nugroho, A. (2012). Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Wortel (*Daucus carota L.*) yang Ditanam Tumpang Sari dengan Tanaman Apel (*Malus sylvestris MILL*) dengan Arah Bedengan Berbeda Di Lahan Miring.
- Eka, S, dkk. 2014. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Jamur Tiram Di Kota Pekanbaru*. Jurnal. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- Habib, A., & Risnawati, R. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buah Pepaya Impor Di Kota Medan. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 21(2), 127-135.
- Hidayat, A. 2010. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Jurnal. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institute Pertanian Bogor.
- Hutagalung, R. B. dan N. Aisha, 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Dua Ponsel (GSM Dan CDMA) Pada Mahasiswa Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Usu*. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Volume 1. Nomor 3.
- Junipranto, S dan Salman, 2014. Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Pekanbaru. *Jurnal Dinamika Pertanian Volume XXIX Nomor 1*. ISSN: 0215-2525. Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rikena Cipta.

- Kotler, P dan Amstrong.2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi Kedua Belas, Erlangga, Jakarta.
- Pasaribu, AM. 2012. *Kewirausahaan Berbasis Agribisnis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Putri, Eka Sunarya, Eliza dan Evi Marharani. 2014. *Analisi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Jamur Tiram di Kota Pekanbaru*. Jurnal. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas.
- Prawoto, N dan Basuki A.T. 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews*.Edisi Pertama PT. Raja Grafindo Persada. Depok.
- Sobari, E., & Fathurohman, F. 2017. Efektivitas Penyiangan Terhadap Hasil Tanaman Wortel (*Daucus carota* L.) Lokal Cipanas Bogor. *Jurnal Biodjati* 2 (1).ISSN : 2548-1606.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabet: Bandung.
- Sumarwan, U. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Trianto, S., Lestyorini, S.Y., & Margono.2014.Ekstraksi Zat Warna Alami Wortel (*Daucus Carota*) Menggunakan Pelarut Air. *Jurnal Ekuilibrium*, Vol. 13. No. 2.ISSN : 1412-9124. Hlm. 51 – 54.
- Ulviana, E. 2016.*Pengaruh Masker Wortel Terhadap Kecerahan Kulit Wajah*. Jurnal. Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang.
- Yudiar, H, dkk, 2012.Perubahan Kandungan Koroten Dan Aktivitas Antioksidan Pada Wortel (*Daucus Carota*) Selama Proses Perebusan. *Jurnal. Volume II, Hal 27-36, ISSN : 2085-7683*. Unika Soegijapranata Semarang

## LAMPIRAN

## Lampiran 1. Karakteristik Responden

No Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Jumlah tanggungan (Jiwa)	Pendapatan (Rp)	Harga (Rp)	Permintaan (Kg)
1	38	6	3	3.800.000	12.000	2
2	31	16	2	3.700.000	15.000	2,5
3	34	9	2	3.200.000	12.000	2
4	31	12	1	3.500.000	12.000	2
5	28	16	2	3.900.000	12.000	2
6	19	12	0	2.100.000	9.000	1,5
7	49	12	5	4.900.000	18.000	3
8	45	12	4	4.800.000	12.000	2
9	20	12	0	1.800.000	12.000	2
10	51	6	3	1.900.000	18.000	3
11	55	12	4	4.800.000	12.000	2
12	19	12	0	1.700.000	12.000	2
13	53	12	3	3.500.000	12.000	2
14	23	16	0	1.800.000	9.000	1,5
15	22	16	0	1.900.000	9.000	1,5
16	52	12	4	3.900.000	18.000	3
17	55	12	3	2.700.000	12.000	2
18	40	12	3	3.400.000	18.000	3
19	53	9	5	4.900.000	18.000	3
20	37	16	3	3.200.000	12.000	2
21	24	16	0	1.900.000	9.000	1,5
22	38	16	3	3.500.000	18.000	3
23	45	16	3	2.800.000	12.000	2
24	48	16	2	3.200.000	12.000	2
25	46	12	2	3.400.000	18.000	3
26	49	16	4	4.200.000	12.000	2
27	54	16	3	3.900.000	18.000	3
28	50	12	3	3.800.000	18.000	3
29	48	12	4	4.600.000	18.000	3
30	36	16	3	3.400.000	18.000	3
<b>Jumlah</b>	1193	390	74	100.100.000	417.000	69,5
<b>Rataan</b>	39,76667	13	2,46667	3.336.666,67	13.900	2,316667

Sumber: Data Primer Diolah, 2019



## Lampiran 2. Rekapitulasi Hasil Kuesioner

No.	Nama	Ukuran					Total	Kesegaran					Total	Kebersihan					Total	Manfaat					Total
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	Ayu	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	5	21	4	5	5	3	4	21	5	4	4	4	3	20
2	Rini	4	3	3	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	3	4	3	4	19	5	4	4	4	2	19
3	Nurlela	3	3	4	5	5	20	5	4	5	5	4	23	3	3	5	3	4	18	4	4	4	4	2	18
4	Andre Purba	4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	4	24	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20
5	Dalisna	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	4	24
6	Mei	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24
7	Wati	4	3	3	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	3	22
8	Dodo Panggabean	5	4	4	5	4	22	5	5	5	5	4	24	4	2	4	2	3	15	4	4	4	4	4	20
9	Dwi Putri	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	4	24	5	5	5	3	4	22	4	4	4	4	2	18
10	Mery	4	3	3	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	5	3	3	19	5	4	4	5	3	21
11	Yeyen	4	3	3	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	5	3	3	19	5	5	5	5	3	23
12	Marlina Sianturi	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	3	21	5	5	5	5	3	23
13	Rasini	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	3	21	5	5	5	5	3	23
14	Reska	4	3	3	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	2	22	4	4	4	4	3	19
15	Helena	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	3	23	5	5	5	4	3	22	4	4	4	4	3	19
16	Sugianto	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	3	20	5	5	5	5	5	25
17	Rosmawati	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	3	20	5	5	5	5	4	24
18	Mira	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	3	23	4	4	5	5	3	21
19	Aminah	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	3	20	5	4	4	4	3	20
20	Sri Rezeky	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	2	22	5	4	4	4	3	20
21	Zahara	4	3	3	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	3	4	3	4	19	5	4	4	4	3	20
22	Ranti	4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	4	24	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20
23	Karlina	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24
24	Susanti	5	4	4	5	4	22	5	5	5	5	4	24	4	2	4	2	3	15	4	4	4	4	4	20
25	Dini	4	3	3	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	5	3	3	19	5	4	4	5	3	21
26	Tutik	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	3	21	5	5	5	5	3	23
27	Rayhana	4	3	3	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	2	22	4	4	4	4	3	19
28	Pipit	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	3	20	5	5	5	5	5	25
29	Susi	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	3	23	4	4	5	5	3	21
30	Dinda	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	2	22	5	4	4	4	3	20

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

### Lampiran 3. Uji Validitas Dan Reabilitas Atribut Ukuran

#### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,785	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	18,23	2,392	,412	,793
Item_2	18,07	1,926	,782	,667
Item_3	18,13	2,120	,605	,730
Item_4	18,20	1,890	,816	,654
Item_5	17,90	2,714	,242	,835

### Lampiran 4. Uji Validitas Dan Reabilitas Atribut Kesegaran

#### Reliability

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	18,47	1,706	,808	,659
Item_2	18,47	1,982	,557	,753
Item_3	18,53	1,844	,677	,710
Item_4	18,10	2,507	,450	,787
Item_5	18,43	2,185	,400	,805

## Lampiran 5. Uji Validitas Dan Reabilitas Atribut Kebersihan

### Reliability

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,943	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	17,30	3,183	,922	,915
Item_2	17,27	3,651	,625	,967
Item_3	17,30	3,183	,922	,915
Item_4	17,30	3,183	,922	,915
Item_5	18,17	3,385	,847	,929

### Lampiran 6. Uji Validitas Dan Reabilitas Atribut Manfaat

#### Reliability

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,803	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	16,60	3,421	,382	,821
Item_2	16,83	2,764	,839	,695
Item_3	16,77	2,806	,777	,711
Item_4	16,70	2,838	,745	,720
Item_5	17,90	2,852	,379	,865

### Lampiran 7. Uji Multikolinearitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,325	,340		,954	,350		
UMUR	,084	,075	,147	1,132	,269	,330	3,031
PENDIDIKAN	,157	,063	,195	2,502	,020	,919	1,088
JLH_TANGGUNGAN	-,156	,126	-,139	-1,236	,228	,442	2,260
PENDAPATAN	,099	,077	,136	1,285	,211	,498	2,009
HARGA	,000	,000	,767	7,692	,000	,563	1,775

a. Dependent Variable: PERMINTAAN

### Lampiran 8. Regresi Linear Berganda

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HARGA, PENDIDIKAN, PENDAPATAN, JLH_TANGGUNGAN, UMUR <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: PERMINTAAN

b. All requested variables entered.

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,930 <sup>a</sup>	,866	,838	,274

a. Predictors: (Constant), HARGA, PENDIDIKAN, PENDAPATAN,

JLH\_TANGGUNGAN, UMUR

b. Dependent Variable: PERMINTAAN

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11,571	5	2,314	30,934	,000 <sup>b</sup>
Residual	1,796	24	,075		
Total	13,367	29			

a. Dependent Variable: PERMINTAAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, PENDIDIKAN, PENDAPATAN, JLH\_TANGGUNGAN, UMUR

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,325	,340		,954	,350
UMUR	,084	,075	,147	1,132	,269
PENDIDIKAN	,157	,063	,195	2,502	,020
1 JLH_TANGGUNGAN	-,156	,126	-,139	-1,236	,228
PENDAPATAN	,099	,077	,136	1,285	,211
HARGA	,000	,000	,767	7,692	,000

a. Dependent Variable: PERMINTAAN

**KUESIONER PENELITIAN**

Judul Penelitian : Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Wortel (*Daucus carota*) Pasar Raya Medan Mega Trade Center (MMTC)

Lokasi Penelitian : Pasar Raya Medan Mega Trade Center (MMTC)

---

Hari/ Tanggal wawancara : .....

Nomor Sampel : .....

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan Hormat

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Nur Qolbun Salimah

NPM : 1504300236

Jurusan : Agribisnis/Fakultas Pertanian

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

Demikian surat ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerjasama dari bapak/ibu/saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

## KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama : .....
2. Umur : .....
3. Jenis kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan
4. Pendidikan : SD/ SMP/ SMA/ D3/ S1
5. Jumlah tanggungan : .....
6. Alamat : .....
7. Pendapatan : a. 1.000.000 s.d 2.000.000  
b. 2.000.000 s.d 3.000.000  
c. 3.000.000 s.d 4.000.000  
d. 4.000.000 s.d .5.000.000
8. No. HP : .....

### A. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda *ceklis*(√) yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban disetiap pernyataan dan setiap jawaban memiliki skor masing - masing.

Keterangan : Skor

- |                                  |            |
|----------------------------------|------------|
| <b>SS</b> (Sangat Setuju)        | : <b>5</b> |
| <b>S</b> (Setuju)                | : <b>4</b> |
| <b>KS</b> (Kurang Setuju)        | : <b>3</b> |
| <b>TS</b> (Tidak Setuju)         | : <b>2</b> |
| <b>STS</b> (Sangat Tidak Setuju) | : <b>1</b> |



## KARAKTERISTIK WORTEL

### a. Atribut Ukuran

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Ukuran mempengaruhi minat anda dalam membeli wortel					
2.	Anda membeli wortel dengan ukurannya yang besar					
3.	Anda membeli wortel dengan ukurannya yang panjang					
4.	Kerusakan pada wortel mempengaruhi anda dalam pembelian					
5.	Adanya cabang pada wortel mempengaruhi anda dalam pembelian					

### b. Atribut Kesegaran

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Kesegaran mempengaruhi minat anda dalam membeli wortel					
2.	Kecerahan warna mempengaruhi minat anda dalam membeli wortel					
3.	Tekstur wortel mempengaruhi minat anda dalam membeli wortel					
4.	Adanya bercak pada kulit mempengaruhi minat anda dalam membeli wortel					
5.	Waktu pasok sayur mempengaruhi minat anda dalam membeli wortel					

### c. Atribut Kebersihan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Anda membeli wortel karena tampilannya yang bersih dan rapi					
2.	Tungkul wortel mempengaruhi minat beli anda					
3.	Kebersihan kulit dari kotoran mempengaruhi anda dalam membeli wortel					
4.	Adanya akar pada bagian ujung wortel mempengaruhi minat anda dalam membeli wortel					
5.	Kebersihan membuat harga jual meningkat mempengaruhi minat anda dalam membeli wortel					

**d. Atribut Manfaat**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Wortel adalah salah satu sayuran yang baik dikonsumsi setiap hari					
2.	Anda membeli wortel karena mengetahui manfaatnya					
3.	Kandungan gizi dan vitamin pada wortel mempengaruhi minat beli anda					
4.	Anda membeli wortel karena memiliki banyak manfaat sehingga tidak dapat digantikan dengan sayuran lainnya					
5.	Anjuran kesehatan mempengaruhi minat anda dalam membeli wortel					

**Pertanyaan Pendukung :**

1. Kenapa anda membeli wortel di pasar tradisional (MMTC) ?

.....  
 .....  
 .....

2. Menurut anda, apa kelebihan berbelanja di pasar tradisional dengan pasar modern ?

.....  
 .....  
 .....

3. Kenapa anda membeli sayur wortel ?

.....  
 .....  
 .....

4. Seberapa sering anda membeli wortel dalam sebulan

- a. 1 kali  
 b. 2 kali  
 c. > 2 kali

Alasan.....  
 .....

5. Seberapa banyak anda membeli wortel dalam sebulan
- a. 1 kg
  - b. 2 kg
  - c. >2 kg

Alasan.....  
.....

6. Jika harga wortel mengalami kenaikan, anda akan tetap membelinya atau beralih pada sayuran lain yang lebih murah?

Alasan.....  
.....

## DOKUMENTASI







