

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN
BAYAM
(Studi Kasus: Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan
Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)**

SKRIPSI

Oleh:

AFRIANI WIDIYASTUTI

1404300015

AGRIBISNIS



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN
BAYAM**
(Studi Kasus: : Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan
Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)

SKRIPSI

Oleh:

AFRIANI WIDIYASTUTI

1404300015

AGRIBISNIS

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

Komisi Pembimbing



Ir. Gustina Siregar, M.Si
Ketua



Mailina Harahap S.P., M.Si
Anggota

Disahkan Oleh :



Asri Munar, M.P

Tanggal Lulus : 23 Maret 2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Afriani Widiyastuti

Npm : 1404300015

Judul : "PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN BAYAM (Studi Kasus : Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)".

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Bayam (Studi Kasus : Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang) adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri baik untuk naskah laporan maupun kegiatan programing yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

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



Medan, 26 April 2018
Yang Menyatakan

Afriani Widiyastuti

ABSTRAK

AFRIANI WIDIYASTUTI (NPM: 1404300015) with the title of thesis **"Consumer Behavior on Spinach Demand (Case Study: Pasaraya Medan Mega Trade Center, Percut Sei Tuan, Subdistrict Deli Serdang)"**. Regency This research was guided by Mrs. Ir Gustina Siregar, M.Si, as the chairman of the supervising commission and Mrs. Mailina Harahap, SP, M.Si., as a member of the supervising commission.

This study aims to determine the behavior of consumers to demand Spinach and to determine the effect of income, education, the number of dependents, and prices on demand Bayam. Sampling method is done by accidental sampling sampling technique that is to determine the sample by chance, then the research sample is the consumer who by chance met with the researcher at the time of purchase transaction of spinach. Samples studied were 30 samples of consumers who bought spinach. The analysis method used is multiple linear regression and descriptive.

The results can be concluded that partially, the price variables significantly affect the demand of spinach while the income, education, dependent variable did not significantly affect the demand of spinach at 95% confidence level. Simultaneously, the amount of spinach demand is influenced by income, education, dependency and price equal to 86,6%, the rest is influenced by other factor not examined in this research equal to 13,4,7%. Statistical test results obtained by the value of Multiple R of 0.931 which means that there is overall a close relationship between income, education, the number of dependents and the price of spinach demand of 93.1%. Thus H1 is accepted and H0 is rejected.

Consumers prefer fresh spinach as many as 30 respondents (100%). Consumers who said spinach benefited 15 respondents (50%) and who stated no useful 15 respondents (50%). Consumers who choose spinach based on color as much as 22 respondents (73.3%) and who choose spinach is not based on the color as much as 8 respondents (26.7%). Consumers who choose spinach because the taste of as many as 24 respondents (80%) and consumers choose spinach not because the flavor of 6 respondents (20%).

RINGKASAN

AFRIANI WIDIYASTUTI (NPM:1404300015) dengan judul skripsi **“Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Bayam (Studi Kasus : Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)”**. Penelitian ini dibimbing oleh Ibu Ir. Gustina Siregar, M.Si., selaku ketua komisi pembimbing dan Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si., selaku anggota komisi pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap permintaan Bayam dan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan harga terhadap permintaan Bayam. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan kebetulan, maka sampel penelitian adalah konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat melakukan transaksi pembelian bayam. Sampel yang diteliti sebanyak 30 sampel konsumen yang membeli bayam. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan deskriptif.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Secara parsial, variabel harga berpengaruh nyata terhadap permintaan bayam sedangkan variabel pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan bayam pada tingkat kepercayaan 95%. Secara simultan (serempak) jumlah permintaan bayam dipengaruhi oleh, pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan dan harga sebesar 86,6%, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 13,4,7%. Hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai Multiple R sebesar 0,931 yang mengartikan bahwa secara menyeluruh ada hubungan yang erat antara pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan dan harga terhadap permintaan bayam sebesar 93,1%. Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Konsumen lebih memilih bayam yang segar yaitu sebanyak 30 responden (100%). Konsumen yang menyatakan bayam bermanfaat 15 responden (50%) dan yang menyatakan tidak bermanfaat 15 responden (50%). Konsumen yang memilih bayam berdasarkan warna sebanyak 22 responden (73,3%) dan yang memilih bayam tidak berdasarkan warna sebanyak 8 responden (26,7%). Konsumen yang memilih bayam karena rasa sebanyak 24 responden (80%) dan konsumen memilih bayam bukan karena rasa sebanyak 6 responden (20%).

RIWAYAT HIDUP

AFRIANI WIDIYASTUTI dilahirkan di Suka Maju, 17 April 1996. Anak keenam dari tujuh bersaudara dari ayahanda **Mudi Sucipto** dan Ibunda **Jumiati**. Dengan alamat Sei Meranti Darussalam, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau.

Jenjang pendidikan yang telah ditempuh penulis :

1. Pada tahun 2002 – 2008, menjalani pendidikan SD N 016 Tanjung Medan.
2. Pada tahun 2008 – 2011, menjalani pendidikan SMP N 3 Tambusai Utara.
3. Pada tahun 2011 – 2014, menjalani pendidikan SMA N 2 Tambusai Utara.
4. Pada tahun 2014 sampai sekarang, menjalani pendidikan perguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis.
5. Tahun 2014 mengikuti MPMB dan Masa Ta'aruf (MASTA) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Mengikuti Manajemen Kepemimpinan Dasar HIMAGRI FP UMSU 2015/2016
7. Menjabat sebagai badan pengurus harian dibidang minat dan bakat HIMAGRI FP UMSU Periode 2016/2017.
8. Tahun 2017 melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Dolok Ilir pada bulan Januari sampai bulan Februari.
9. Melaksanakan penelitian skripsi dengan judul skripsi "**Prilaku Konsumen Terhadap Permintaan Bayam**)" Dengan studi kasus : Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.

UCAPAN TERIMA KASIH

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

1. Teristimewa orang tua penulis Ayahanda Mudi Sucipto dan Ibunda Jumiaty yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta dan kasih sayang dan selalu memberikan motivasi baik moril maupun spiritual.
2. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si., selaku ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Ir. Gustina Siregar, M.Si., selaku Ketua komisi pembimbing atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si., selaku anggota komisi pembimbing atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak / Ibu Dosen serta staff pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Sahabat sekaligus adik tercinta Sri Hidayati, Lis Erva Indraswari, Nita Sri Hardini, Singgi Intan Permadani, Fadillah Mutmainah. Yang telah memberi motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman tersayang yaitu Kelas Agribisnis-1 2014 dan teman lainnya yang saling tolong menolong dalam penyelesaian skripsi ini.

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

Medan, Maret 2018

Penulis

KATA PENGANTAR

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

Usaha dan upaya untuk senantiasa melakukan yang terbaik atas setiap kerja yang menjadikan akhir dari pelaksanaan penelitian yang terwujud dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul “ Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Bayam (Studi Kasus : Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang)” Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh derajat sarjana pertanian di fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa sesungguhnya karya ini hanya memberikan kontribusi bagi pihak pengurus Pasaraya Medan Mega Trade Center maupun bagi almamater, namun begitu besar memberikan kemanfaatan bagi penulis. Dengan segala kerendahan hati penulis berharap dibalik kekurangan kesempurnaan karya ini masih ada manfaat yang bisa di berikan baik bagi penulis sendiri, bagi pihak almamater dapat menjadi tambahan referensi, dan bagi pembaca semoga bisa di jadikan tambahan pengetahuan.

Medan, Maret 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iii
RINGKASAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Perumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	4
Kegunaan Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	5
Bayam	5
Landasan Teori	9
Perilaku Konsumen.....	9
Faktor Kebudayaan.....	10
Faktor Kelas Sosial	10
Faktor Keluarga	11
Faktor Kelompok Referensi	11
Teori Permintaan.....	12
Penelitian Terdahulu	13
Kerangka Pemikiran.....	16
METODE PENELITIAN	18
Metode Penelitian	18
Metode Penentuan Lokasi	18
Metode Penarikan Sampel.....	18
Metode Pengumpulan Data	19

Metode Analisis Data.....	19
Definisi dan Batasan Operasional.....	21
Deskripsi Umum Daerah Penelitian	23
Letak dan Luas Daerah	23
Daerah Lokasi Penelitian	23
Sarana dan Prasarana	25
Karakteristik Sampel	26
Hasil dan Pembahasan	29
Pendapatan	30
Pendidikan	31
Jumlah Tanggungan	32
Harga	32
Warna	33
Manfaat.....	34
Kesegaran	34
Rasa	35
Kesimpulan dan Saran	37
Kesimpulan	37
Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
DOKUMENTASI	53

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Produksi Sayuran Bayam di Provinsi Sumatera Utara, Tahun 2011 – 2015.....	1
2.	Data produksi sayuran di Pasaraya MMTC.....	2
3.	Kandungan dan Nilai Gizi Bayam Hijau dan Bayam Merah.....	9
4.	Daftar Potensi Pasar Medan Mega Trade Center	24
5.	Karakteristik Usia Responden Bayam	26
6.	Tingkat Pendidikan Responden	27
7.	Jumlah Tanggungan Responden	27
8.	Jumlah Pendapatan Responden	28
9.	Hasil Analisis Regresi Secara Parsial	29
10.	Permintaan Bayam di Pasaraya Medan Mega Trade Center	31
11.	Perilaku Konsumen Berdasarkan Warna Bayam	33
12.	Perilaku Konsumen Berdasarkan Manfaat Bayam	34
13.	Perilaku Konsumen Berdasarkan Kesegaran Bayam	35
14.	Perilaku Konsumen Berdasarkan Rasa Bayam	35

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kurva Permintaan.....	13
2.	Kerangka Pemikiran	17
3.	Struktur Organisasi Pasaraya Medan Mega Trade Center	24

Daftar Lampiran

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Responden.....	41
2.	Pendapatan Terhadap Permintaan	42
3.	Pendidikan Terhadap Permintaan.....	43
4.	Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan.....	44
5.	Harga Terhadap Permintaan	45
6.	Perilaku Konsumen Terhadap Warna Bayam.....	46
7.	Perilaku Konsumen Terhadap Manfaat Bayam	47
8.	Perilaku Konsumen Terhadap Kesegaran Bayam.....	48
9.	Perilaku Konsumen Terhadap Rasa Bayam.....	49
10.	Jumlah Permintaan Bayam	50
11.	Data Produksi Bayam per Hari	51
12.	Hasil Regresi Linier Berganda	52

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Keberadaan sayuran dan buah-buahan menduduki posisi yang sangat penting guna memenuhi kebutuhan gizi masyarakat. Fakta menunjukkan, bahwa meningkatnya kesadaran masyarakat akan hidup sehat dengan gizi seimbang telah berimbas pada meningkatnya permintaan akan berbagai produk sayuran dan buah-buahan. Sayuran dan buah-buahan merupakan sumber vitamin dan mineral yang utama dan beberapa diantara zat gizi yang terkandung di dalamnya tidak dapat di gantikan oleh sumber lain.

Salah satu komoditi hortikultura yang dibudidayakan masyarakat Indonesia adalah bayam. Ditingkat konsumen, dikenal beberapa macam bayam sayur yaitu bayam petik, bayam cabut, dan bayam jepang. Bayam petik berdaun lebar dan tumbuh tegak dengan batang yang besar (hingga dua meter). Daun mudahnya dimakan untuk dilalap atau digoreng dengan di baluri tepung. Daun bayam cabut berukuran lebih kecil dan ditanam untuk waktu singkat (paling lama 25 hari), lebih cocok untuk dibuat sup encer seperti sayur bayam dan sayur bobor .

Tabel 1. Produksi Sayuran Bayam di Provinsi Sumatera Utara, Tahun 2011 – 2015

Tahun	Jumlah Produksi (Ton)
2011	13.700
2012	13.864
2013	13.463
2014	16.761
2015	19.892

Sumber : BPS Provinsi Sumatera Utara, 2015

Pasaraya Medan Mega Trade Center merupakan salah satu pasar besar yang ada di Kota Medan, di pasar ini terdapat pedagang pengumpul yang nantinya akan mendistribusikan produk tersebut di beberapa daerah di Sumatera

utara, seperti aceh, tebing tinggi, kisaran, sibolga, dan lain-lain, di pasar ini konsumennya tidak hanya para pedagang pengecer, namun banyak ibu rumah tangga yang membeli bayam langsung di pasar ini. Peneliti tertarik melakukan penelitian di pasar ini dikarenakan, setelah survei di beberapa pasar di medan ternyata di Pasaraya Medan Mega Trade Center lebih banyak pedagang yang menjual bayam yang diteliti oleh peneliti.

Tabel 2. Data produksi sayuran di Pasaraya Medan Mega Trade Center

No	Jenis Sayuran	Jumlah/ton/hari
1.	Bawang Merah	250 ton/hari
2.	Bawang Putih	200 ton/hari
3.	Cabe	15 ton/hari
4.	Tomat	250 ton/hari
5.	Bayam	250 ton/hari
6.	Brokoli	40 ton/hari
7.	Wortel	125 ton/hari
8.	Kacang Panjang	40 ton/hari
9.	Kol	280 ton/hari
10.	Sawi	5 ton/hari
11.	Buncis	5 ton/hari
12.	Terong	8 ton/hari
13.	Jagung	4 ton/hari
14.	Bunga Kol	100 ton/hari
15.	Jahe	6 ton/hari
16.	Kunyit	3 ton/hari

Sumber : PD Pasaraya Medan Mega Trade Center Medan, 2017

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi (Griffin, 2005). Kesadaran untuk memahami perilaku konsumen dan memuaskan konsumen merupakan aspek paling utama yang harus diperhatikan oleh suatu produsen. Semakin selektifnya konsumen menentukan pilihan dalam membeli sebuah produk merupakan peringatan bagi para pelaku pasar terhadap upaya untuk memuaskan konsumen.

Dalam memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah karena konsumen mempunyai sifat, perspektif, keinginan, dan kebutuhan yang berbeda-beda. Demikian juga dengan konsumen bayam yang terdapat di Pasaraya Medan Mega Trade Center. Konsumen bayam memiliki pandangan yang berbeda terhadap atribut (manfaat, kesegaran, rasa, warna) bayam yang dianggap penting, sehingga pada akhirnya dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Selain itu tingkat pendidikan 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. Gaya hidup sehat dengan cara kembali ke alam dengan mengkonsumsi makanan yang diproduksi secara alamiah sedang menjadi trend baru dalam masyarakat. Perubahan konsumsi dapat merubah pola pembelian dari segi perilaku konsumen.

Atribut yang dianggap penting dalam bayam yaitu meliputi warna, kesegaran, rasa, dan manfaat bagi kesehatan. Semakin banyak variasi warna pada bayam yang ditawarkan oleh produsen, maka akan memberikan peluang bagi konsumen di Pasaraya Medan Mega Trade Center untuk lebih leluasa memilih produk bayam manakah yang akan dibelinya. Begitu juga dengan kesegaran, kesegaran suatu produk sangatlah penting, semakin segar bayam maka akan berpotensi dipilih oleh konsumen, dan sebaliknya apa bila bayam telah layu maka konsumen kurang berminat untuk membelinya. Selanjutnya, rasa yang bervariasi pada bayam dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pembelian bayam. Mengkonsumsi bayam dalam jumlah yang cukup memberikan manfaat bagi kesehatan dan pertumbuhan badan, terutama bagi anak-anak dan para ibu

yang sedang hamil, di dalam daun bayam terdapat cukup banyak kandungan protein, mineral, kalsium, zat besi dan vitamin yang dibutuhkan oleh tubuh manusia.

Perumusan masalah

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

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

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan harga terhadap permintaan bayam di Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli serdang.
2. Menganalisis perilaku konsumen terhadap permintaan bayam di Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli serdang.

Kegunaan penelitian

1. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan dan harga terhadap permintaan bayam, di Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.
2. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap permintaan bayam di Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.

TINJAUAN PUSTAKA

Bayam (*Amaranthus sp.*)

Bayam (*Amaranthus sp.*) adalah salah satu jenis sayuran daun dari familin Amaranthaceae yang digemari oleh seluruh lapisan masyarakat untuk memperlancar pencernaan, rasanya enak, lunak dan dapat memberi rasa dingin dalam perut, Bayam banyak mengandung vitamin A dan C serta sedikit vitamin B, juga banyak mengandung garam-garam mineral yang penting (kalsium, pospor, dan besi (Indartiyah, 1993)

Bayam Hijau (*Amaranthus sp.*) merupakan tanaman semusim dan tergolong sebagai tumbuhan C4 yang mampu mengikat gas CO₂ secara efisien sehingga memiliki daya adaptasi yang tinggi pada beragam ekosistem. Bayam memiliki siklus hidup yang relatif singkat, umur panen tanaman ini 3-4 minggu. Sistem perakaran adalah akar tunggang dengan cabang-cabang akar yang membentuknya bulat panjang menyebar ke semua arah. Umumnya perbanyakan tanaman bayam dilakukan secara generatif yaitu melalui biji, Pada umumnya organ-organ yang penting pada tanaman bayam adalah sebagai berikut :

a. Akar

Bentuk tanaman bayam adalah terma (perdu), tinggi tanaman dapat mencapai 1,5 sampai 2 meter, berumur semusim atau lebih. Sistem perakaran menyebar dangkal pada kedalaman antara 20-40 cm dan berakar tunggang.

b. Batang

Batang tumbuh tegak, tebal, berdaging dan banyak mengandung banyak air, tumbuh tinggi diatas permukaan tanah. Bayam tahunan mempunyai batang

yang keras berkayu dan bercabang banyak. Bayam kadang-kadang berkayu dan bercabang banyak.

c. Daun

Daun berbentuk bulat telur dengan ujung agak meruncing dan urat-urat daun yang jelas. Warna daun bervariasi, mulai dari hijau muda, hijau tua, hijau keputih-putihan, sampai berwarna merah. Daun bayam liar umumnya kasar (kasar) dan kadang-kadang berduri.

d. Bunga

Bunga bayam berukuran kecil, berjumlah banyak terdiri dari daun bunga 4-5 buah, benang sari 1-5, dan bakal buah 2-3. Bunga keluar dari ujung-ujung tanaman atau ketiak daun yang tersusun seperti malai yang tumbuh tegak. Tanaman dapat berbunga sepanjang musim. Perkawinan bersifat uniseksual, yaitu dapat menyerbuk sendiri maupun menyerbuk silang. Pernyerbukan berlangsung dengan bantuan angin dan serangga.

e. Biji

Biji berukuran sangat kecil dan halus, berbentuk bulat, dan berwarna coklat tua mengkilap sampai hitam kelam. Namun ada beberapa jenis bayam yang mempunyai warna biji putih sampai merah, misalnya bayam maksi yang bijinya merah. Secara umum bayam dapat tumbuh sepanjang tahun, baik didataran rendah maupun dataran tinggi (pegunungan).

Tanaman bayam tidak menuntut persyaratan tumbuh yang sulit, asalkan kondisi tanah subur, penyiraman teratur, dan saluran drainase lancar. Bayam juga sangat toleran terhadap keadaan yang tidak menguntungkan sekalipun serta tidak memiliki jenis tanah tertentu. Akan tetapi, untuk pertumbuhan yang baik

memerlukan tanah yang subur dan bertekstur gembur serta banyak mengandung bahan organik. Derajat keasaman tanah (PH) yang baik untuk tumbuhnya antara 6-7. Apabila tanaman berada dibawah Ph 6, bayam akan merana. Sedangkan diatas ph 7, tanaman akan menjadi (Hadisoeganda, 1996).

Tanaman Bayam Merah (*Amaranthus tricolor L.*), memiliki ciri berdaun tunggal, ujungnya meruncing, lunak, dan lebar. Batangnya lunak dan berwarna putih kemerah-merahan. Bunga bayam merah ukurannya kecil muncul dari ketiak daun dan ujung batang pada rangkaian tandan. Buahnya tidak berdaging, tetapi bijinya banyak, sangat kecil, bulat, dan mudah pecah. Tanaman ini memiliki akar tunggang dan berakar amping. Akar sampingnya kuat dan agak dalam. Tanaman ini berbentuk perdu atau semak. Bayam merah memiliki banyak manfaat karena mengandung vitamin A dan C, sedikit vitamin B, kalsium, fospor, dan besi (Sunarjono, 2014).

Bayam Merah (*Amaranthus tricolor L*) dapat tumbuh sepanjang tahun, baik didataran rendah maupun didataran tinggi. Oleh karena itu, tanaman ini dapat ditanam dikebun dan perkarangan rumah. Waktu tanam yang baik ialah awal musim hujan atau pada awal musim kemarau. Bayam merah akan tumbuh dengan baik bila ditanam pada tanah dengan derajat keasaman sekitar 6-7. Bila ph kurang dari 6, tanaman bayam merah akan merana. Sementara itu, pada ph diatas 7, tanaman bayam merah akan mengalami krosis, yaitu timbul warna putih kekuning-kuningan, terutama pada daun yang masih muda (Saparinto, 2013). Suhu udara yang dikehendaki sekitar 20-32⁰. Tanaman ini banyak memerlukan banyak air, sehingga paling tepat ditanam pada awal musim penghujan. Dapat ditanam pada awal musim kemarau pada tanah yang gembur dan subur. Dan dapat

tumbuh pada tanah liat asalkan tanah tersebut diberi pupuk kandang yang cukup. Untuk penanaman bayam merah dilahan yang luas, pengadaan air dapat dilakukan dengan mengalirkan air air lewat parit yang ada diantara bedengan. Untuk tanaman bayam merah dihalaman rumah atau perkarangan yang sempit, apalagi didalam pot, pemenuhan air dapat dapat dilakukan dengan cara menyiraminya.

Sama dengan jenis bayam lokal, Bayam Jepang (*Spinacia oleraceae* L) ataupun Horenso (Peleng) juga kaya akan kandungan zat gizi yaitu vitamin dan mineral. Vitamin yang banyak terkandung dalam bayam jepang adalah vitamin K, A, C, B1, B2, asam folat, dan vitamin E. Horenso merupakan sumber vitamin K yang baik, dimana vitamin ini sangat berperan dalam mengaktifkan berbagai jenis protein yang terlibat dalam proses pembekuan darah. Beberapa riset menunjukkan vitamin K yang terkandung dalam horenso berperan sebagai anti penuaan, mencegah penyakit jantung dan stroke, dan bertindak sebagai racun dalam sel-sel kanker, tetapi tidak membahayakan sel-sel yang sehat. Sayuran ini juga sebagai sumber vitamin A yang sangat baik yang bermanfaat untuk organ penglihatan, kekebalan tubuh, pembentukan serta pemelihara sel-sel kulit, saluran pencernaan, dan selaput kulit. Selain itu horenso merupakan sumber zat besi yang baik dan sangat berguna bagi penderita anemia. Horenso mengandung 13 senyawa flavonoid yang berfungsi sebagai anti oksidan dan anti kanker (Daulay, 2007).

Tabel 3. Kandungan dan Nilai Gizi Bayam Hijau dan Bayam Merah.

Kandungan gizi	Bayam Hijau	Bayam Merah
Kalori	36 kcal	51 kcal
Protein	3,5 gram	4,6 gram
Karbohidrat	6,5 gram	1 gram
Kalsium	265 mg	368 mg
Fosfor	67 mg	11,1 mg
Besi	3,9 mg	2,2 mg
Vitamin A	6.090 SI	5.800 SI
Vitamin B	0,08 mg	0,08 mg
Vitamin C	80 mg	80 mg
Air	86,9 gram	82 gram

Sumber : Pustaka Sehat, 2015.

Landasan Teori

Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi (Sangadji, 2013)

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

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Memahami perilaku pembelian (buying behaviour) dari pasar sasaran merupakan tugas penting dari manajemen pemasaran. Untuk memahami hal ini, perlu diketahui faktor-faktor apakah yang mengaruhi konsumen dalam

memutuskan pembelian. Faktor-faktor tersebut terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, keluarga, kelompok referensi dan kelompok sosial.

1.Faktor Kebudayaan

Sifat dari kebudayaan sangat luas dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Kebudayaan adalah kompleks yang mencakup pengertian, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat serta kebiasaan-kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, yaitu mencakup segala cara-cara atau pola pikir, merasakan dan bertindak. Secara definitif kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang menjadikan milik dari manusia dengan belajar.

2. Faktor Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif yang bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai minat dan perilaku yang sama. Kelas sosial mempunyai beberapa karakteristik antara lain :

- a. Orang-orang dalam setiap kelas sosial cenderung mempunyai perilaku yang serupa dibanding orang-orang yang berasal dari dua kelas sosial yang berbeda.
- b. Seseorang dipandang mempunyai pekerjaan yang rendah atau tinggi sesuai dengan kelas sosialnya.
- c. Kelas sosial seseorang dinyatakan dengan beberapa variabel seperti jabatan, pendapatan, kekayaan, pendidikan dan orientasi terhadap nilai dari pada hanya berdasarkan sebuah variabel.

- d. Seseorang mampu berpindah dari satu kelas sosial ke kelas sosial lainnya, naik atau turun selama hidupnya.

3. Keluarga

Keluarga digunakan menggambarkan berbagai macam bentuk rumah tangga. Macam-macam bentuk keluarga tersebut adalah :

1. Keluarga inti (Nuclear Family)

Merupakan lingkup keluarga yang meliputi ibu, ayah dan anak-anak yang hidup bersama.

2. Keluarga besar (Extended Family)

Yaitu keluarga inti ditambah dengan orang-orang yang mempunyai ikatan saudara dengan keluarga tersebut seperti kakak, paman, bibi, dan menantu.

Dalam keluarga masing-masing anggota dapat berbuat hal yang berbeda dalam membeli sesuatu. Setiap anggota keluarga memiliki selera dan keinginan yang berbeda. Oleh karena itu perusahaan dalam mengidentifikasi perilaku konsumen harus mengetahui siapa perlu, pengambil inisiatif, pembeli atau siapa yang memengaruhi keputusan untuk membeli dengan mengetahui peranan dari masing-masing anggota keluarga, maka perusahaan dapat menyusun program-program pemasaran dengan lebih baik dan terarah.

4. Kelompok referensi dan kelompok sosial

- a. Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian perilakunya. Biasanya masing-masing kelompok memiliki kelompok opini (opinion leader) yang dapat mempengaruhi anggota dalam membeli sesuatu. Umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi

pada seseorang perilaku dan gaya dan konsep jati diri seseorang karena orang tersebut ingin menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang. Dalam hal ini maka manajer pemasaran perlu mengetahui siapa pelopor opini dan suatu kelompok bersangkutan, guna menentukan program pemasaran.

b. Kelompok sosial

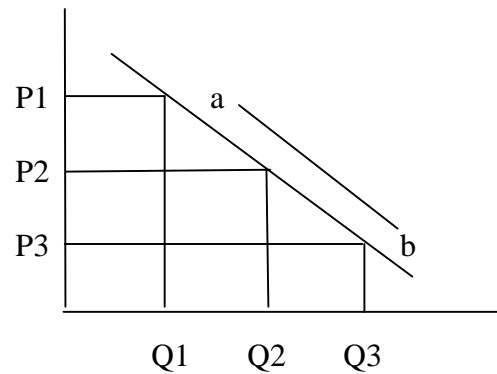
Semenjak manusia dilahirkan sudah mempunyai hasrat atau keinginan pokok, yaitu :

1. Keinginan untuk menjadi satu dengan manusia lain disekelilingnya (masyarakat).
2. Keinginan untuk menjadi satu dengan alam sekelilingnya.

Untuk dapat mengetahui alam dan menyesuaikan diri dengan lingkungan tersebut, manusia menggunakan pikiran, perasaan, dan kehendaknya. Sehingga timbul kelompok-kelompok sosial dalam kehidupan manusia (Sunyoto, 2014)

Teori Permintaan

Permintaan dan penawaran atas barang-barang pertanian berkaitan erat dengan perkembangan atau boleh juga disebut harga mempengaruhi permintaan atau penawaran hasil pertanian. Menurut hukum ekonomi semakin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2009).



Gambar 1. Kurva permintaan

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

Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian terdahulu oleh Eka dkk (2014) "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Jamur Tiram di Kota Pekanbaru Baru" 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 Rambe (2016), dengan judul skripsi “faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan Terong Belanda di Pasar Penampungan Medan”. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder.

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

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

terong belanda dengan rata-rata 2,36 ukuran besar 50%, ukuran sedang 33,3%, ukuran kecil 16%. Warna buah terong belanda dengan rata-rata 3. Warna merah 100%, warna kuning emas 0%, warna kuning 0%. Kesegaran buah belanda dengan rata-rata 3. Kategori segar 100%, sedang 0%, dan yang layu 0%.

Menurut Nelsi BR Meliala (2017), dengan judul skripsi “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Buah Biwa (*Capsicum Annum L*) di PT.Merek Indah Lestari, Taman Simalem Resort Kabupaten Karo. Model pengambilan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel aksidental (*accidental sampling*) yaitu menentukan sampel berdasarkan orang yang ditemui secara kebetulan. Sampel yang diteliti sebanyak 30 sampel konsumen buah biwa. Metode yang digunakan adalah regresi linear berganda dan deskriptif dengan alat bantu perangkat lunak SPSS

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan (serempak) jumlah permintaan buah biwa dipengaruhi oleh harga, tingkat pendidikan, pendapatan dan jumlah tanggungan sebesar 68,6%, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 31,4,7%. Hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai Multiple R sebesar 0,854 yang mengartikan bahwa secara menyeluruh ada hubungan yang erat antara harga, tingkat pendidikan, pendapatan dan jumlah tanggungan terhadap permintaan buah biwa sebesar 85,4

Konsumen lebih memilih buah biwa yang segar yaitu sebanyak 30 responden (100%). Buah biwa besar 20 responden (66,67%). Konsumen yang menyatakan buah biwa bermanfaat 9 responden (30%) dan yang menyatakan tidak bermanfaat 21 responden (70%), dan 22 responden (73,33%) yang menyatakan

penasaran atau yang menyatakan buah biwa langka dan 8 responden (26,67%) yang menyatakan sudah mengenal buah biwa.

Kerangka Pemikiran

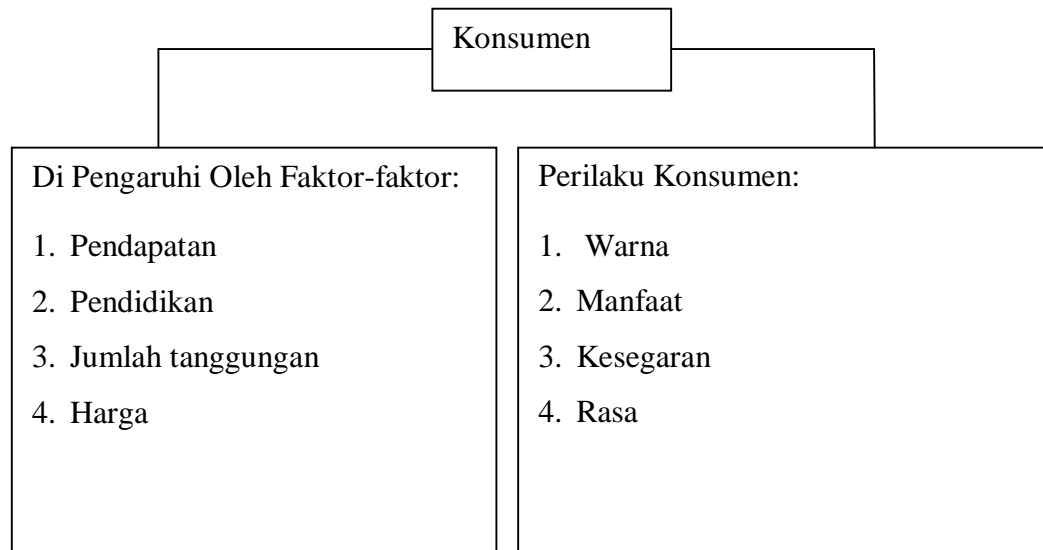
Permintaan (*Demand*) adalah jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada suatu pasar, sementara pasar adalah tempat terjadinya transaksi antara produsen dan konsumen atas barang-barang ekonomi. Sebagian ahli mengatakan bahwa pengertian permintaan adalah jumlah barang yang sanggup dibeli oleh para pembeli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

Harga produk mempengaruhi permintaan. Bila harga produk semakin tinggi maka jumlah produk yang diminta akan semakin sedikit dan sebaliknya bila harga semakin rendah, maka jumlah produk yang diminta akan semakin meningkat. Dari tingkat pendapatan konsumen juga merupakan alasan untuk permintaan produk. Tingkat perekonomian masyarakat juga merupakan salah satu faktor permintaan produk. Apabila pendapatan stabil, maka minat konsumen untuk mengkonsumsi produk akan bertambah sehingga permintaan produk juga terus meningkat. Dalam melakukan pembelian bayam (bayam merah, bayam hijau, dan bayam jepang), konsumen memiliki perilaku tertentu. Berdasarkan hal tersebut dapat dibuat beberapa parameter perilaku konsumen terhadap permintaan bayam (bayam merah, bayam hijau, dan bayam jepang) antara lain : warna, manfaat, kesegaran, rasa, dan harga tersebut. Bayam juga dipengaruhi oleh faktor pendapatan, faktor budaya, dan faktor sosial. Perilaku konsumen yang berhubungan dengan beberapa parameter diatas dapat kita lihat sejauh mana

tingkat perilaku konsumen ikut mempengaruhi dalam jumlah permintaan bayam di Pasaraya Medan Mega Trade Center .

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

Skema Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan:

————— : Ada Hubungan

----- : Ada Pengaruh

Hipotesis

1. Ada pengaruh faktor pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan harga terhadap permintaan bayam (bayam merah, bayam hijau, bayam jepang).

H_0 = Tidak ada pengaruh

H_1 = Ada pengaruh

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

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

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan daerah penelitian ditentukan secara purposive yaitu sampel ditentukan secara sengaja. Lokasi yang dipilih merupakan salah satu pasar yang pembelinya adalah konsumen akhir dan yang disesuaikan dengan tujuan penelitian yakni di Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Dimana Pasaraya Medan Mega Trade Center memiliki luas 7 ha . Dengan jumlah blok sebanyak 6 blok terdiri dari blok A, B, C, D, E, dan Pasar Basah. 965 kios, jumlah itu digunakan untuk pasar basah yang menjual aneka ikan, sayuran, buah dan daging.

Metode Penarikan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. 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 bayam. Menurut (Sugiyono, 2016) “Ukuran sampel yang

layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500”, dengan demikian peneliti menentukan Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 30 orang .

Metode Pengumpulan Data

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

Metode Analisis Data

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

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

Dimana :

Y = Jumlah Permintaan Bayam

a = Konstanta /intercept

b = Koefisien Regresi

X₁ = Pendapatan (Rp/Bulan)

X₂ = Pendidikan (Tahun)

X₃ = Jumlah Tanggungan (jiwa)

X₄ = Harga Bayam (Rp/Kg)

e = Error

Untuk menguji pengaruh secara parsial digunakan dengan kriteria pengujian :

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

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

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

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Perumusan masalah kedua menggunakan analisis deskriptif dengan menganalisa kriteria perilaku konsumen sehingga dapat menentukan tingkat perilaku konsumen. Dalam pengujian perilaku konsumen yang diamati di daerah penelitian terdapat beberapa variasi bayam yang dapat mempengaruhi permintaan bayam.

Defenisi dan Batasan Operasional

1. Penelitian dilakukan di Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.
2. Komoditi yang akan diteliti adalah bayam.
3. Responden penelitian adalah konsumen yang melakukan pembelian bayam tanpa kriteria khusus di Pasaraya Medan Mega Trade Center, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.
4. Faktor – faktor yang menentukan perilaku konsumen yang diteliti adalah warna, manfaat, kesegaran, rasa, dan harga bayam.
 - a. Warna adalah kesan yang didapat konsumen saat melihat sayuran bayam.
 - b. Manfaat adalah kegunaan yang terdapat dalam bayam yang dapat dirasakan konsumen setelah mengkonsumsi bayam.
 - c. Kesegaran adalah sayuran yang masih segar, asli penampilan dan warna, serta bertekstur segar yang terdapat pada sayuran bayam.
 - d. Rasa adalah tanggapan indera pengecap saat mengkonsumsi sayuran bayam seperti pahit, manis, asam dan asin.
5. Faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang diteliti adalah pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan dan harga.
 - a. Pendapatan adalah rata-rata pendapatan total keluarga per bulan (Rp/bulan)
 - b. Pendidikan adalah pembelajaran pengetahuan keterampilan dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu (Tahun)

- c. Jumlah Tanggungan adalah banyaknya anggota keluarga yang terdiri dari anak (Jiwa).
- d. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan/dibayar konsumen untuk memperoleh produk yang ditawarkan (Rp/kg).
- e. Waktu penelitian dilakukan pada tahun 2017

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Derah

Pasaraya Medan Mega Trade Center didirikan pada tanggal 7 Oktober 2016 dibawah pengelolaan Chinese Pasaraya Medan Mega Trade Center terletak di Dusun VII, Desa Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang dengan luas pasar lebih kurang 8 Hektar.

Daerah Lokasi Penelitian

Pasaraya 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 los yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Umumnya menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa buah, sayuran-sayuran, telur, pakaian dan lain-lain. Pasaraya Medan Mega Trade Center yang terletak di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, kawasan Pasaraya 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 penertiban dan kebersihan 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 atau jalur transportasi yang memadai sebagai sarana mempermudah, mempercepat dan memperpendek jarak tempuh untuk menjaga ketepatan waktu sehingga ada jaminan hasil atau produksi

segera ke pasar, pada gilirannya secara ekonomis nilai jual produksi juga akan dapat bersaing di pasar.

a. Potensi pasar yang dikelola Pasaraya Medan Mega Trade Center

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

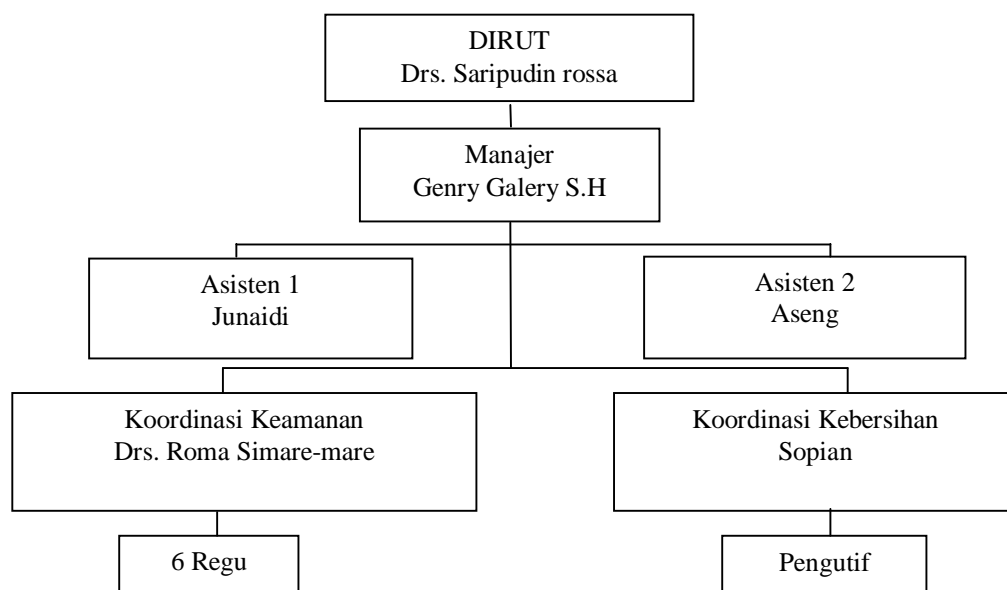
Tabel 4. Daftar Potensi Pasaraya Medan Mega Trade Center

NO	Jenis bangunan	Aktif	Tidak aktif	Jumlah
1.	Kios	500	200	700
2.	Stand	300	-	300
3.	Mesjid	1	-	1
4.	KM/WC	30	-	30
	Jumlah	831	200	1.031

Sumber : Pasaraya Medan Mega Trade Center.

b. Struktur Organisasi Pasaraya Medan Mega Trade Center

Struktur organisasi dapat dilihat dari gambar 4 dimana data diperoleh langsung dari kantor Pasaraya Medan Mega Trade Center berdasarkan jabatan masing-masing. Adapun struktur organisasi dari Pasaraya Medan Mega Trade Center Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang



Gambar 3. Struktur organisasi Pasaraya 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 Pasaraya Medan Mega Trade Center sangat baik, hal ini dapat dilihat dari transportasi, keamanan, parkir, tempat ibadah, dan kamar mandi / wc.

a. Transportasi

Transportasi merupakan alat yang vital bagi masyarakat untuk menuju atau akses Pasaraya Medan Mega Trade Center yang terletak di Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang. Sehingga dapat memudahkan konsumen untuk menjangkaunya dengan alat transportasi pribadi maupun angkutan umum.

b. Keamanan

Keadaan keamanan Pasaraya Medan Mega Trade Center cukup aman, dimana terletak pos keamanan dibagian depan pintu masuk maupun dalam pasar, para petugas keamanan berkeliling disetiap tempat, baik didalam pasar, lokasi parkir, musholah dan kantor untuk memantau keamanan di pasar Pasaraya Medan Mega Trade Center pada saat konsumen berbelanja.

c. Parkir

Pasaraya Medan Mega Trade Center menyediakan jasa parkir untuk kendaraan roda dua dan kendaraan roda empat, dengan dikenakan tarif sebesar Rp.2000/kendaraan. Tetapi tidak semua pengunjung Pasaraya Medan Mega Trade Center menggunakan jasa parkir melainkan ketika berbelanja mereka langsung membawa kendaraan mereka kedalam pasar.

d. Musholah

Salah satu tempat ibadah yang terdapat di Pasaraya Medan Mega Trade Center adalah mesjid yang terletak di tengah Pasaraya Medan Mega Trade Center sehingga memudahkan par pedagang maupun konsumen untuk beribadah.

Karakteristik Sampel

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang membeli bayam di Pasaraya Medan Mega Trade Center. Total responden pada penelitian ini berjumlah 30 orang. Karakteristik sampel dalam penelitian ini yaitu :

a. Usia Responden

Memahami usia konsumen adalah penting. Karena konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda.

Tabel 5. Karakteristik Usia Responden Bayam

Kelompok Usia	Responden (orang)	Persentase (%)
25-35 tahun	9	30
36-50 tahun	16	53,3
51-65 tahun	5	16,7
Jumlah	30	100
Rataan		

Sumber: Data primer diolah 2018

Dari tabel 5 menunjukkan bahwa pengelompokan usia responden dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu kelompok usia 25 hingga 35 tahun, kelompok usia 36 hingga 50 tahun dan kelompok usia 51 hingga 65 tahun. Rata-rata usia responden adalah 39 tahun. Ini menunjukkan bahwa semua responden adalah responden dengan usia produktif.

b. Tingkat pendidikan responden

tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi cara berfikir, cara pandang bahkan persepsi seseorang tersebut terhadap suatu masalah. Latar belakang

pendidikan juga menjadi karakteristik responden yang penting dalam penelitian ini, karena semakin tinggi tingkat pendidikan responden maka semakin tinggi juga pengetahuan responden tentang kualitas bahan makan yang akan dibeli.

Berikut ini adalah tabel tingkat pendidikan responden :

Tabel 6. Tingkat pendidikan responden

Tingkat pendidikan	Responden (tahun)	Persentase (%)
4-6	3	10
7-9	5	16,7
10-12	15	50
13-18	7	23,3
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer diolah 2018

Dari tabel 6. Menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden pernah mendapatkan pendidikan secara formal, rata-rata pendidikan responden yaitu 11 tahun.

c. Jumlah Tanggungan Responden

Jumlah tanggungan akan mempengaruhi jumlah permintaan. Semakin banyak tanggungan, maka jumlah permintaan akan meningkat. Hal ini berkaitan dengan usaha pemenuhan akan kecukupan kebutuhan setiap individu yang ada di suatu tempat. Berikut ini adalah tabel jumlah tanggungan responden:

Tabel 7. Jumlah tanggungan responden

Jumlah Tanggungan (orang)	Responden (orang)	Persentase (%)
0-2	14	46,7
3-4	16	53,3
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer diolah 2018

Pertambahan jumlah tanggungan tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi biasanya pertambahan jumlah tanggungan diikuti

oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang mendapat pendapatan dan menambah daya beli.

d. Pendapatan Responden

Pada penelitian ini pendapatan responden dibagi atas tiga yaitu responden yang memiliki pendapatan setiap bulannya antara satu juta sampai lima juta, responden dengan pendapatan setiap bulannya antara enam juta sampai sepuluh juta dan responden dengan pendapatan setiap bulannya sebelas juta sampai lima belas juta.

Tabel 8. Jumlah Pendapatan Responden

Jumlah Pendapatan	Responden (orang)	Persentase (%)
1 juta – 3 juta	10	33,3
4 juta – 6 juta	17	56,7
7 juta – 9 juta	0	0
10 juta – 12 juta	1	3,3
13 juta – 15 juta	2	6,7
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer diolah, 2018

Rata-rata pendapatan responden adalah Rp. 4.883.333 Pendapatan responden berpengaruh terhadap daya belinya. Semakin tinggi pendapatan menunjukkan semakin besar kemungkinan responden memenuhi kebutuhannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Pendapatan, Tingkat Pendidikan, Jumlah Tanggungan dan Harga terhadap Permintaan Bayam.

Analisis pengaruh variabel perilaku konsumen dalam membeli bayam dapat diuji dengan Analisis Regresi Linear Berganda. Untuk melihat pengaruh Pendapatan, Tingkat Pendidikan, Jumlah Tanggungan dan harga terhadap permintaan bayam dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	F-hit	Sig
Pendapatan	-3,362	0,000	40,481	0,568
Pendidikan	-0,008	0,007	-	0,217
Jumlah Tanggungan	0,017	0,014	-	0,257
Harga	9,432	0,000	-	0,000
Konstanta	0,228	0,076	-	0,023
Multiple R	0,931	-	-	-
R Square	0,866	-	-	-
F-tabel	2,98	-	-	-
R-Square	0,866	-	-	-

Sumber: Data Primer Diolah SPSS, 2018

Uji Serempak (Simultan)

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

$$Y=0,228 - 3,362X_1 - 0,008X_2 + 0,017X_3 + 9,432X_4 + e$$

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) pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan harga berpengaruh terhadap permintaan bayam dan selebihnya sebesar 13,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Nilai Multiple R sebesar 0,931

atau 93,1% yang berarti ada hubungan yang erat antara pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan harga terhadap permintaan.

Nilai F hitung diperoleh sebesar 40,481 yang ternyata lebih besar dari F tabel yang sebesar 2,98 menunjukkan bahwa secara serempak variabel-variabel bebas dalam model (variabel x) berpengaruh nyata terhadap permintaan bayam, pada taraf kepercayaan 95% sehingga dapat diartikan bahwa permintaan bayam dipengaruhi oleh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan, dan harga.

Untuk mengetahui pengaruh variabel X_1 (pendapatan), X_2 (pendidikan), X_3 (jumlah tanggungan), X_4 (harga) terhadap variabel Y (permintaan) secara parsial dapat dilihat dari signifikan variabelnya.

Uji Parsial

1. Pengaruh Pendapatan terhadap Permintaan Bayam

Faktor pendapatan memang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi akan suatu produk. Ketika pendapatan meningkat, jumlah konsumsi pun meningkat seiring peningkatan pendapatan konsumen dan ketika pendapatan menurun, permintaan juga ikut menurun. Walaupun dalam kenyataannya pendapatan tidak selalu menjadi hal prioritas konsumen untuk produk tertentu yang sangat dibutuhkan kegunaannya untuk dirinya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui harga bayam hijau dan bayam merah Rp.2.500 – Rp. 3000 per ikat. Adapun satu ikat bayam memiliki berat 0,4 kg, sedangkan bayam jepang Rp. 10.000 per kg. Berdasarkan hasil data yang diperoleh nilai sig 0,600 > alpha sebesar 0,05 dengan keputusan H_0 diterima H_1 ditolak. Nilai koefisien regresi variabel pendapatan sebesar $-3,362$ yang bernilai negatif. Dari hasil ini disimpulkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh

nyata terhadap permintaan bayam. dikarenakan di tempat penelitian yang dilakukan responden melakukan pembelian bayam pada dasarnya tidak sesuai dengan pendapatan yang dimiliki mereka setiap bulannya, sehingga berapa pun pendapatan mereka, mereka tetap membeli bayam dikarenakan bayam salah satu sumber vitamin dan mineral. Dapat dikatakan bahwa ketika pendapatan mengalami perubahan maka jumlah permintaan akan bayam tidak akan mengalami kenaikan.

Tabel 10. Permintaan bayam di Pasaraya Medan Mega Trade Center

Jenis Bayam	Harga	Jumlah yang diminta
Bayam Hijau	Rp. 3000/ ikat	17 ikat
Banayam Merah	Rp. 3000/ ikat	38 ikat
Bayam Jepang	Rp. 10.000/kg	5 kg

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

2. Pengaruh Pendidikan terhadap Permintaan Bayam

Berdasarkan hasil pengujian SPSS, dapat diperoleh koefisien regresi untuk variabel pendidikan sebesar 0,008. Nilai sig 0,197 > alpha sebesar 0,05 pada tingkat kepercayaan 95% maka keputusan H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti bahwa pendidikan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan bayam. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil penelitian yang diperoleh bahwa terdapat dua responden yang memiliki tingkat pendidikan Sekolah Dasar, dengan demikian responden dalam membeli bayam tidak berdasarkan oleh pendidikan tetapi bisa disebabkan oleh keinginan, minat, kebiasaan atau ibu-ibu rumah tangga dalam mengkombinasikan menu makanan dalam keluarga, disamping itu juga ketika penelitian ditemukan bahwa terdapat responden yang memenuhi permintaan konsumsi bayam untuk melengkapi permintaan keluarga.

3. Pengaruh Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan Bayam.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,17 dan nilai sig $0,225 > \alpha 0,05$ pada tingkat kepercayaan 95% maka keputusan H_0 diterima H_1 ditolak, yang berarti bahwa jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan bayam. Anggota keluarga banyak belum tentu permintaan akan bayam meningkat, dengan demikian permintaan bayam tergantung dari kebutuhan anggota keluarga, karena tidak semua anggota keluarga menyukai bayam, terdapat dalam penelitian 6 responden membeli bayam bukan karena rasa, tetapi ada hal lain yang menyebabkan responden membeli bayam, seperti permintaan dari anggota keluarga.

4. Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Bayam

Berdasarkan hasil data yang diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 9,432 dan nilai sig $0,000 < \alpha 0,05$ pada tingkat kepercayaan 95% maka keputusan H_0 ditolak H_1 diterima, yang berarti bahwa harga berpengaruh nyata terhadap permintaan bayam. Bila harga naik maka permintaan turun dan sebaliknya bila harga turun permintaan bayam akan meningkat sesuai asumsi *ceteris paribus*. Dengan demikian perubahan harga terhadap permintaan mempunyai arah yang negatif.

Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Bayam

Perilaku konsumen tidak dapat secara langsung dikendalikan oleh perusahaan karena itu perlu dicari informasi semaksimal mungkin. Banyak pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan para ahli, salah satunya yaitu suatu tindakan yang mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk

dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahuluinya dan menyusul tindakan tersebut.

Indikator-indikator dari parameter perilaku konsumen terhadap permintaan bayam antar lain:

a. Warna

Dari parameter warna terdapat 2 pernyataan yaitu ya dan tidak. Perilaku konsumen terhadap indikator warna bayam menunjukkan bahwa konsumen membeli bayam didasari warna bayam.

Tabel 11. Perilaku Konsumen Berdasarkan Warna Bayam

Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
Dari jenis bayam yang diminati apakah warna mempengaruhi minat beli anda ?	22	73,3	8	26,7

Sumber: Data primer diolah 2018

Dari tabel diatas terdapat 22 responden membeli bayam berdasarkan warna, diantara 22 responden tersebut ada yang membeli bayam hijau dan bayam merah. Alasan responden membeli bayam hijau berdasarkan warna yaitu warna hijau adalah warna sayuran pada umumnya, warna hijau membuat responden lebih tertarik untuk mengkonsumsi bayam, dan responden menganggap warna hijau sebagai lambang kesegaran, sedangkan responden yang membeli bayam merah berdasarkan warna, Responden menganggap warna merah adalah lambang dari keberanian, jadi bagi orang-orang yang mengkonsumsi bayam merah dianggap sebagai orang yang pemberani, warna merah yang seperti darah itu memilkik daya tarik tersendiri bagi peminatnya. Selanjutnya terdapat 8 responden yang membeli bayam bukan berdasarkan warna, hal ini dikarenakan,

responden tidak menganggap penting atribut warna dalam pengambilan keputusan pembelian pada bayam.

b. Manfaat Bayam

Dari parameter manfaat terdapat 2 indikator yaitu bermanfaat (Ya) dan tidak bermanfaat (tidak).

Tabel 12. Perilaku Konsumen Berdasarkan Manfaat Bayam

Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
Apakah setelah anda megkonsumsi bayam, anda merasakan manfaat yang terkandung didalamnya ?	15	50	15	50

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat parameter manfaat bayam dengan beberapa indikator sebagai berikut : (a) Responden yang menyatakan bayam bermanfaat sebanyak 15 responden atau dengan persentase 50%. Jumlah responden tersebut yang menyatakan bahwa bayam bermanfaat bagi tubuh, ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengkonsumsi bayam adalah baik untuk kesehatan seperti melancarkan pencernaan, penambah darah, baik untuk perkembangan otak pada anak. (b) Responden yang menyatakan bayam tidak bermanfaat sebanyak 15 responden atau dengan persentase 50%. Alasan responden menyatakan bayam tersebut tidak bermanfaat dikarenakan responden tidak merasakan hal atau reaksi yang dirasakan ketika mengkonsumsi bayam sebelumnya.

c. Kesegaran Bayam

Dari parameter kesegaran terdapat 2 indikator yaitu segar dan layu. Kesegaran bayam dapat dilihat dari bayam yang masih segar. kualitas yang bagus dan kesegaran bayam juga mempengaruhi warnanya.

Tabel 13. Perilaku Konsumen Berdasarkan Kesegaran Bayam

Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
Apakah kesegaran bayam mempengaruhi minat beli anda ?	30	100	0	0

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari data diatas dapat dilihat parameter kesegaran bayam dengan beberapa indikator sebagai berikut : (a) Responden yang memilih bayam yang segar sebanyak 30 responden atau dengan persentase 100%. Ini membuktikan bahwa kualitas bayam yang segar merupakan salah satu alasan yang sangat penting bagi responden dalam membeli bayam, hal ini dikarena bayam yang segar mengandung lebih banyak air, rasanya lebih manis dan lebih banyak manfaat yang dikandung bayam yang segar dibanding bayam yang sudah layu. (b) Responden yang memilih indikator tidak segar atau layu sebanyak 0%. Dapat disimpulkan bahwa responden lebih suka memilih bayam yang segar karena kualitasnya masih bagus dan kandungan nutrisinya masih banyak.

a. Rasa Bayam

Dari parameter rasa terdapat 2 indikator yaitu iya dan tidak. Rasa bayam dapat dilihat dari rasanya yang manis, bertekstur lembut.

Tabel 14. Perilaku Konsumen Berdasarkan Rasa Bayam

Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
Dari jenis bayam yang diminati apakah rasa mempengaruhi minat beli anda ?	24	80	6	20

Sumber: Data primer diolah 2018

Dari data diatas dapat dilihat parameter rasa bayam dengan beberapa indikator sebagai berikut : (a) Responden yang memilih bayam karna rasa sebanyak 24 responden atau dengan persentase 80%. Alasan responden setelah mengkonsumsi bayam, resonden merasa bahwa bayam enak, rasanya manis, dan

bertekstur lembut. (b) Responden yang memilih bayam bukan karena rasa sebanyak 6%. Alasan responden membeli bayam hanya sebagai pelengkap menu makanan keluarga, dikarenakan suami atau anaknya menyukai sayur bayam, dan ada juga responden yang membeli bayam hanya sekedar ingin membeli tanpa memperhatikan rasa dari bayam itu sendiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Secara parsial, variabel harga berpengaruh nyata terhadap permintaan bayam sedangkan variabel pendapatan, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan bayam pada tingkat kepercayaan 95%.
2. Secara simultan (serempak) jumlah permintaan bayam dipengaruhi oleh harga, tingkat pendidikan, pendapatan dan jumlah tanggungan sebesar 86,6%, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 13,4%. Hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai Multiple R sebesar 0,931 yang mengartikan bahwa secara menyeluruh ada hubungan yang erat antara harga, tingkat pendidikan, pendapatan dan jumlah tanggungan terhadap permintaan bayam sebesar 93,1%
3. Konsumen lebih memilih bayam yang segar yaitu sebanyak 30 responden (100%). Konsumen yang menyatakan bayam bermanfaat 15 responden (50%) dan yang menyatakan tidak bermanfaat 15 responden (50%). Konsumen yang memilih bayam berdasarkan warna sebanyak 22 responden (73,3%) dan yang memilih bayam tidak berdasarkan warna sebanyak 8 responden (26,7%). Konsumen yang memilih bayam karena rasa sebanyak 24 responden (80%) dan konsumen memilih bayam bukan karena rasa sebanyak 6 responden (20%).
4. Dari 30 responden yang diteliti, 16 responden membeli bayam hijau, 8 responden membeli bayam merah dan 6 responden membeli bayam jepang.

Saran

Adapun saran yang diberikan yaitu hendaknya masyarakat lebih memperhatikan pola konsumsi yang sehat, dengan cara memperbanyak mengkonsumsi sayuran terutama bayam, dimana bayam banyak mengandung vitamin serta kandungan lainnya yang sangat dibutuhkan oleh tubuh.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Sumatera Utara. 2015.
- Daulay AH. 2007. *Sistem Usahatani dan Pemasaran Bayam Jepang (Peleng) di Kabupaten Karo* [skripsi]. Medan: Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara.
- Eka,S,dkk. 2014. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Jamur Tiram Di Kota Pekanbaru*. Jurnal. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalti: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hadisoeganda, A. W. W. 1996. *Bayam sayuran penyangga petani di indonesia*. Monograf No. 4, Bandung.
- Indartiyah, N. 1993. *Pedoman Praktis Bercocok Tanam Sayuran Vitamin A (Wortel, Bayam, dan Kangkung)*. PD MAHKOTA : Jakarta.
- Nelsi, M. 2017. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Buah Biwa di Kabupaten Karo* [skripsi]. Medan: Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Pustaka Sehat. 2015. *Kandungan Gizi Bayam si Raja Sayura*. <http://pustakasehatku.blogspot.co.id/2015/10/kandungan-gizi-bayam-si-raja-sayur.html?m=i>.
- Rambe, AT. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terong Belanda Di Pasar Penampngan Medan*. Skripsi. Jurusan Agribisnis fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sangadji, M. 2013. *Perilaku Konsumen*. CV. Andi : Yogyakarta
- Saparinto, C. 2013. *Grow Your Own Vegetables-Panduan Praktis Menanam 14 Sayuran Konsumsi Populer dipekarangan*. Penebar Swadaya: Yogyakarta.
- Simamora, B. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia. Jakarta
- Sugiyono, 2016. *Statistika untuk penelitian*. CV. Alfabet: Bandung.
- Sukirno, S. 2009. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Sunarjono, H. 2014. *Bertanam 36 Jenis Sayuran*. Penebar Swadaya: Jakarta.

Sunyatono, D. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. CAPS (Center Academic Publishing Service): Yogyakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden

No Sampel	Pendapatan (Rp)	Pendidikan (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Harga (Rp)	Permintaan (Kg)
1.	6.000.000	12	4	2.500	0,4
2.	3.000.000	12	4	5.000	0,8
3.	6.000.000	12	3	5.000	0,8
4.	4.000.000	12	4	2.500	0,4
5.	6.000.000	12	0	2.500	0,4
6.	5.000.000	6	2	6.000	0,8
7.	5.000.000	12	1	3.000	0,4
8.	3.500.000	9	4	6.000	0,8
9.	4.000.000	12	3	6.000	0,8
10.	3.000.000	9	0	3.000	0,4
11.	6.000.000	15	1	3.000	0,4
12.	5.000.000	9	1	3.000	0,4
13.	5.000.000	12	4	5.000	0,8
14.	15.000.000	18	3	10.000	1
15.	2.000.000	12	3	3.000	0,4
16.	3.000.000	12	1	3.000	0,4
17.	1.500.000	9	2	5.000	0,8
18.	4.000.000	12	2	3.000	0,4
19.	15.000.000	15	3	3.000	0,4
20.	4.000.000	12	2	6.000	0,8
21.	4.000.000	16	4	3.000	0,4
22.	2.000.000	12	4	3.000	0,4
23.	1.500.000	6	3	6.000	0,8
24.	2.500.000	12	2	2.500	0,4
25.	2.500.000	4	4	3.000	0,4
26.	3.000.000	9	3	5.000	0,5
27.	5.000.000	16	2	10.000	1
28.	5.000.000	12	3	10.000	1
29.	10.000.000	16	2	5.000	0,5
30.	5.000.000	16	2	5.000	0,5
Total	146.500.000	353	76	138.000	18
Rataan	4.883.333	12	3	4.600	0,59

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Lampiran 2. Pendapatan terhadap permintaan bayam

No	Nama	Pendapatan (Rp)	Permintaan (Kg)
1.	Sugiarti	1.500.000	0,8
2.	Ani	1.500.000	0,8
3.	Maria	2.000.000	0,4
4.	As sinaga	2.000.000	0,4
5.	M boru karo	2.500.000	0,4
6.	Anggi	2.500.000	0,4
7.	Sri handani	3.000.000	0,5
8.	Sari	3.000.000	0,4
9.	Juli	3.000.000	0,4
10.	Ria	3.000.000	0,8
11.	Nurma	3.500.000	0,8
12.	Halima T	4.000.000	0,4
13.	Sri	4.000.000	0,8
14.	Riska	4.000.000	0,4
15.	Sari N	4.000.000	0,8
16.	Dewi	4.000.000	0,4
17.	Nur handayani	5.000.000	1
18.	Sugiati	5.000.000	1
19.	Asnidar	5.000.000	0,5
20.	Halima NST	5.000.000	0,8
21.	Siti khodijah	5.000.000	0,4
22.	Busra	5.000.000	0,4
23.	Siti munarwah	5.000.000	0,8
24.	Nurita	6.000.000	0,4
25.	Nur siregar	6.000.000	0,8
26.	Aldida	6.000.000	0,4
27.	Jati	6.000.000	0,4
28.	Siti	10.000.000	0,5
29.	Asmidar	15.000.000	0,4
30.	Sri nur hikmah	15.000.000	1
	Total	146.500.000	18
	Rataan	4.883.333	0,59

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Lampiran 3. Pendidikan terhadap permintaan bayam

No	Nama	Pendidikan (Tahun)	Permintaan (Kg)
1.	Anggi	4	0,4
2.	Halimah NST	6	0,8
3.	Ani	6	0,8
4.	Sri handani	9	0,5
5.	Nurma	9	0,8
6.	Juli	9	0,4
7.	Busra	9	0,4
8.	Sugiarti	9	0,8
9.	Nurita	12	0,4
10.	Ria	12	0,8
11.	Nur siregar	12	0,8
12.	Halimah T	12	0,4
13.	Aldida	12	0,4
14.	Siti khodijah	12	0,4
15.	Sri	12	0,8
16.	Siti munarwah	12	0,8
17.	As sinaga	12	0,4
18.	Sari	12	0,4
19.	Riska	12	0,4
20.	Sari N	12	0,8
21.	Maria	12	0,4
22.	M boru karo	12	0,4
23.	Sugiati	12	1
24.	Jati	15	0,4
25.	Asmidar	15	0,4
26.	Dewi	16	0,4
27.	Nur handayani	16	1
28.	Siti	16	0,5
29.	Asnidar	16	0,5
30.	Siti nurhikmah	18	1
Total		353	18
Rataan		12	0,59

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Lampiran 4. Jumlah tanggungan terhadap permintaan bayam

No	Nama	Jumlah tanggungan (Jiwa)	Permintaan (Kg)
1.	Aldida	0	0,4
2.	Juli	1	0,4
3.	Siti khodijah	1	0,4
4.	Jati	1	0,4
5.	Busra	1	0,4
6.	Sari	1	0,4
7.	Asnidar	2	0,5
8.	Siti	2	0,5
9.	Nur handayani	2	1
10.	M br. Karo	2	0,4
11.	Sari N	2	0,8
12.	Riska	2	0,4
13.	Sugiarti	2	0,8
14.	Halima N	2	0,8
15.	Nur Siregar	3	0,8
16.	Sri	3	0,8
17.	Sri nur hikma	3	1
18.	A.S sinaga	3	0,4
19.	Asmidar	3	0,4
20.	Ani	3	0,8
21.	Sri handani	3	0,5
22.	Sugiati	3	1
23.	Anggi	3	0,4
24.	Marya	4	0,4
25.	Dewi	4	0,4
26.	Sri munarwa	4	0,8
27.	Nurma	4	0,8
28.	Halima	4	0,4
29.	Riya	4	0,8
30.	Nurita	4	0,4
Total		76	18
Rataan		3	0,59

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Lampiran 5. Harga terhadap permintaan bayam

No	Nama	Harga (Rp)	Permintaan (Kg)
1.	Nurita	2.500	0,4
2.	Halima T	2.500	0,4
3.	Aldida	2.500	0,4
4.	M.br Karo	2.500	0,4
5.	Siti khodija	3.000	0,4
6.	Juli	3.000	0,4
7.	Jati	3.000	0,4
8.	Busra	3.000	0,4
9.	A.s sinaga	3.000	0,4
10.	Sari	3.000	0,4
11.	Riska	3.000	0,4
12.	Asmidar	3.000	0,4
13.	Dewi	3.000	0,4
14.	Marya	3.000	0,4
15.	Anggi	3.000	0,4
16.	Riya	5.000	0,8
17.	Nur siregar	5.000	0,8
18.	Siti munarwa	5.000	0,8
19.	Sugiarti	5.000	0,8
20.	Sri handani	5.000	0,5
21.	Siti	5.000	0,5
22.	Asnidar	5.000	0,5
23.	Halima Nst	6.000	0,8
24.	Nurma	6.000	0,8
25.	Sri	6.000	0,8
26.	Sari N	6.000	0,8
27.	Ani	6.000	0,8
28.	Sri nurhikma	10.000	1
29.	Nurhandayani	10.000	1
30.	Sugiati	10.000	1
Total :		138.000	18
Rataan :		4600	0,59

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Lampiran 6. Perilaku Konsumen Terhadap Warna Bayam

No Sampel	Warna Bayam	
	Ya	Tidak
1.	ü	-
2.	ü	-
3.	ü	-
4.	ü	-
5.	ü	-
6.	ü	-
7.	ü	-
8.	ü	-
9.	ü	-
10.	ü	-
11.	ü	-
12.	ü	-
13.	ü	-
14.	ü	-
15.	ü	-
16.	ü	-
17.	ü	-
18.	-	ü
19.	-	ü
20.	-	ü
21.	-	ü
22.	-	ü
23.	-	ü
24.	-	ü
25.	-	ü
26.	ü	-
27.	ü	-
28.	ü	-
29.	ü	-
30.	ü	-

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Lampiran 7. Perilaku Konsumen Terhadap Manfaat Bayam

No Sampel	Manfaat Bayam	
	Ya	Tidak
1.	-	ü
2.	ü	-
3.	ü	-
4.	-	ü
5.	-	ü
6.	-	ü
7.	-	ü
8.	-	ü
9.	ü	-
10.	-	ü
11.	ü	-
12.	-	ü
13.	ü	-
14.	ü	-
15.	ü	-
16.	-	ü
17.	ü	-
18.	-	ü
19.	ü	-
20.	ü	-
21.	ü	-
22.	-	ü
23.	ü	-
24.	-	ü
25.	ü	-
26.	ü	-
27.	-	ü
28.	-	ü
29.	-	ü
30.	ü	-

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Lampiran 8. Perilaku Konsumen Terhadap Kesegaran Bayam

No Sampel	Kesegaran Bayam	
	Ya	Tidak
1.	ü	-
2.	ü	-
3.	ü	-
4.	ü	-
5.	ü	-
6.	ü	-
7.	ü	-
8.	ü	-
9.	ü	-
10.	ü	-
11.	ü	-
12.	ü	-
13.	ü	-
14.	ü	-
15.	ü	-
16.	ü	-
17.	-	ü
18.	ü	-
19.	ü	-
20.	ü	-
21.	ü	-
22.	ü	-
23.	ü	-
24.	-	ü
25.	ü	-
26.	ü	-
27.	ü	-
28.	ü	-
29.	ü	-
30.	ü	-

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Lampiran 9. Perilaku Konsumen Terhadap Rasa Bayam

No Sampel	Rasa Bayam	
	Ya	Tidak
1.	ü	-
2.	ü	-
3.	-	ü
4.	ü	-
5.	-	ü
6.	ü	-
7.	ü	-
8.	-	ü
9.	ü	-
10.	ü	-
11.	ü	-
12.	ü	-
13.	ü	-
14.	ü	-
15.	ü	-
16.	ü	-
17.	ü	-
18.	ü	-
19.	ü	-
20.	ü	-
21.	ü	-
22.	ü	-
23.	ü	-
24.	ü	-
25.	ü	-
26.	ü	-
27.	ü	-
28.	ü	-
29.	ü	-
30.	ü	-

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Lampiran 10. Jumlah Permintaan Bayam

No Sampel	Jumlah Permintaan (Kg)	Harga (Rp)	Pendapatan (Rp)
1.	0,4	2.500	6.000.000
2.	0,8	5.000	3.000.000
3.	0,8	5.000	6.000.000
4.	0,4	2.500	4.000.000
5.	0,4	2.500	6.000.000
6.	0,8	6.000	5.000.000
7.	0,4	3.000	5.000.000
8.	0,8	6.000	3.500.000
9.	0,8	6.000	4.000.000
10.	0,4	3.000	3.000.000
11.	0,4	3.000	6.000.000
12.	0,4	3.000	5.000.000
13.	0,8	5.000	5.000.000
14.	1	10.000	15.000.000
15.	0,4	3.000	2.000.000
16.	0,4	3.000	3.000.000
17.	0,8	5.000	1.500.000
18.	0,4	3.000	4.000.000
19.	0,4	3.000	15.000.000
20.	0,8	6.000	4.000.000
21.	0,4	3.000	4.000.000
22.	0,4	3.000	2.000.000
23.	0,8	6.000	1.500.000
24.	0,4	2.500	2.500.000
25.	0,4	3.000	2.500.000
26.	0,5	5.000	3.000.000
27.	1	10.000	5.000.000
28.	1	10.000	5.000.000
29.	0,5	5.000	10.000.000
30.	0,5	5.000	5.000.000
Jumlah	17,7	138.000	146.500.000
Rataan	0,59	4.600	4.883.333

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Lampiran 11. Data Produksi Bayam/Hari di Pasara Medan Mega Trade Center.

Penjual	Bayam Hijau (Kg)	Bayam Merah (Kg)	Bayam Jepang (Kg)
1.	48	-	-
2.	-	-	20
3.	36	-	-
4.	-	-	100
5.	60	12	-
6.	120	-	50
7.	96	-	-
8.	48	-	50
9.	72	-	-
10.	60	36	-
11.	48	-	30
12.	60	24	-
13.	72	12	-
14.	60	36	-
15.	48	-	-
16.	-	-	150
17.	-	-	100
Total :	828	120	500
Rataan :	64	24	71

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Lampiran 12. Hasil Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,931 _a	,866	,845	,08859	,866	40,481	4	25	,000	1,420

a. Predictors: (Constant), Harga, Jumlah Tanggungan, Pendidikan, Pendapatan

b. Dependent Variable: Permintaan

DOKUMENTASI



