

Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional Melati Kota Medan Kecamatan Medan Tuntungan

M. Kharis Sadewo

¹Fakultas Pertanian, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

mkharissadewo98@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1. Mengetahui atribut sayuran (harga, rasa, daya tahan dan kesegaran) terhadap sikap konsumen dan dalam membeli sayuran di Pasar tradisional Melati. 2. Untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi (harga, pendapatan dan jumlah anggota keluarga) terhadap jumlah pembelian konsumen sayuran di Pasar tradisional Melati. Kesimpulan diperoleh hasil sebagai berikut: Dari pengukuran sikap konsumen terhadap atribut yang terdapat dalam sayuran diperoleh hasil bahwasanya sebagai berikut: rasa dengan nilai 4,04, harga (3,92), daya tahan (4,09) dan kesegaran (4,07) yang artinya dimana setiap atribut terdapat dalam sayuran mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian. Dari hasil uji serempak diperoleh nilai f-hitung sebesar 2.160,055, dengan nilai taraf kepercayaan 95% maka diperoleh nilai f-tabel sebesar 3,24. Dari hasil pengujian diperoleh nilai f-hitung lebih besar dari pada f-tabel ($2.160,055 > 3,24$), dan nilai signifikan 0,000a maka kriteria keputusan yang diambil adalah terima H_1 dan tolak H_0 , artinya secara serempak ada pengaruh yang nyata antara variabel variabel harga sayuran, tingkat pendapatan dan jumlah anggota keluarga terhadap jumlah pembelian

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian.

1. PENDAHULUAN

Secara umum proporsi penduduk yang mengonsumsi sayur 94,8% dan mengonsumsi buah lebih sedikit (33,2%). Tampak bahwa sayuran lebih banyak dikonsumsi penduduk dari pada buah-buahan. Bila dilihat menurut kelompok umur proporsi penduduk yang paling sedikit mengonsumsi sayur pada kelompok anak usia Balita (0 - 59 bulan) (86,2%) dan yang paling banyak pada usia dewasa (19 - 55 tahun) (95,8%). Dilihat menurut jenis kelamin, konsumsi sayur hampir sama antara laki-laki dan perempuan (94,8%). Dilihat dari wilayah tempat tinggal, proporsi penduduk yang mengonsumsi sayur hampir sama antara perkotaan dan perdesaan (94,8%).

Ditengah arus moderen, keberadaan Pasar tradisional sebagai suatu budaya bangsa saat ini mencoba untuk bertahan dan mengembangkan diri agar mampu bersaing ditengah arus tersebut. Liberalisasi investasi yang makin tidak terbandung telah membuat Pasar tradisional semakin terdesak dengan bermunculannya Pasar moderen yang menawarkan lebih banyak keunggulan komoditi, harga, serta kenyamanan.

Pasar tradisional mempunyai banyak kekurangan dan kelemahan, seperti kumuh dan kotor, kemasan produk yang dijual kurang menarik. Akan tetapi minat beli masyarakat terhadap pembelian di Pasar tradisional cenderung masih banyak, kurangnya pemeliharaan dan kesadaran konsumen membuat Pasar tradisional sering kali terlihat kumuh. Sehingga Pasar tradisional terlihat kurang menarik, akan tetapi masih banyak para konsumen yang memilih Pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan sayuran.

Zaman sekarang merupakan zaman dimana semua bidang mengalami perubahan industri ke-4, atau disebut dengan revolusi industri 4.0. Revolusi industri 4.0 ditandai dengan meningkatnya penggunaan internet dan berkembangnya sektor ritel online yang dapat berdampak pada penjualan di Pasar tradisional. dimana terdapat pelaku usaha yang membuka usaha melalui platform online yang memudahkan para konsumen untuk membeli sayuran tanpa harus bertatap muka antara penjual dan pembeli. Terkadang timbul kekecewaan dari pihak konsumen, dikarenakan barang yang di beli tidak sesuai dengan apa yang diperlihatkan oleh para pelaku usaha. Produk pertanian memiliki karakteristik tersendiri yang berbeda dengan produk lainnya, yaitu bersifat mudah rusak dan volumenya tidak selalu seragam hal itu yang terkadang dapat meningkatkan kekecewaan. Akan tetapi masih banyak konsumen yang melakukan pembelian di Pasar tradisional yang sifatnya dapat bertatap muka antara penjual dan pembeli dapat juga mengurangi resiko kualitas kesegaran sayuran tersebut. Hal ini karena berbagai alasan seperti harga yang terjangkau, adanya proses tawar menawar, keberagaman produk, areal penjualan yang luas serta kondisi barang masih segar tanpa pendingin di lemari es.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu teknik atau cara untuk mencari, memperoleh, menyimpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data

yang diperoleh. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey, metode survei merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis⁵. Penelitian survey dilakukan untuk membuat generalisasi dari sebuah pengamatan dan hasilnya akan lebih akurat. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan memberikan kuesioner.

Metode Penentuan Lokasi

Metode penentuan lokasi dilakukan secara purposive (sengaja) menurut purposive sample dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas starata, random atau daerah, tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu karena beberapa pertimbangan misalnya keterbatasan waktu, tanaga dan biaya sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh⁶. Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Tradisional Melati Kota Medan Kecamatan Medan Tuntungan, Sumatera Utara.

Metode Penarikan Sampel

Penarikan sampel menggunakan sistem metode accidental sampling (sampel kebetulan), Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat atau konsumen yang sedang melakukan pembelian sayuran di Pasar Tradisional Melati. Penentuan accidentantial dilakukan karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak terbatas jumlahnya.

Syarat untuk diambil sebagai responden adalah konsumen yang sedang melakukan pembelian sayuran di Pasar Tradisional Melati. Menurut Wiratha (2006) untuk penelitian yang akan menggunakan analisis data dengan statistik, ukuran sampel paling kecil adalah 30 sampel. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 orang konsumen sayuran di Pasar Tradisional Melati.

Metode Pengumpulan Data

Data diambil menggunakan kuesioner dengan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara. Menurut kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan kepada responden yaitu para konsumen sayuran di Pasar Melati Kota Medan. Untuk keperluan analisis maka kuesioner yang digunakan sebagai alat bantu penelitian terdiri dari pertanyaan tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup adalah jenis pertanyaan yang alternatif jawabannya telah disediakan, sehingga responden hanya memilih salah satu jawaban yang menurutnya sesuai. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang alternatif jawabannya tidak disediakan, sehingga responden bebas menjawab berdasarkan alasan responden tersebut.

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 merupakan data pelengkap yang diperoleh dari instansi atau

lembaga yang berhubungan dengan penelitian. Metode pengumpulan data primer dan 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 sayuran Pasar Tradisional Melati.

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 sayuran di Pasar Tradisional Melati

Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen di Pasar Tradisional Melati.

Metode Analisis Data

Untuk menganalisis rumusan masalah pertama (1) dianalisis dengan Analisis deskriptif kuantitatif dipilih karena analisis ini dinilai mampu mendeskripsikan dan menggambarkan karakteristik konsumen (identitas responden). Data dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipersentasekan berdasarkan jumlah responden.

Untuk menganalisis rumusan masalah kedua (2) Analisis Deskriptif Kualitatif. Metode analisis deskriptif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012). Analisis ini digunakan untuk menggambarkan proses pengambilan keputusan konsumen (pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan evaluasi pasca pembelian) dalam membeli sayuran di Pasar tradisional Melati.

Untuk menganalisis rumusan masalah ketiga (3) di uji menggunakan analisis regresi linier berganda, kemudian di implementasikan ke dalam bentuk analisis deskriptif.

Skala Likert

Skala pengukuran menggunakan Skala Likert, dimana skala ini untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam mengemukakan skala likert atau tingkatan kesetujuan terhadap statement dalam angket diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Tidak Setuju
2. Kurang Setuju
3. Cukup Setuju

4. Setuju
5. Sangat Setuju

Untuk scoring di pengukuran setiap variabel dibawah dengan jawaban setiap statement dalam bentuk skala likert menggunakan skala 5 yaitu :

1. Tidak Setuju : Nilai 1
2. Kurang Setuju : Nilai 2
3. Cukup Setuju : Nilai 3
4. Setuju : Nilai 4
5. Sangat Setuju : Nilai 5

Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidtan nilai instrument (kuisisioner) yang digunakan dalam pengumpulan data.

Setelah diperoleh nilai dari setiap variabel maka kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent). Bentuk persamaan regresi linier berganda untuk permasalahan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan

- Y = Jumlah Pembelian (Kg)
a = konstanta persamaan regresi
b₁, b₂, = koefisien regresi
x₁ = Harga (Rp/Kg)
x₂ = Tingkat Pendapatan (Rp.)
x₃ = Jumlah Tanggungan (Jiwa)
e = Error

Untuk menguji variabel tersebut apakah berpengaruh secara serempak maka digunakan rumus uji F, yaitu dengan menggunakan rumus:

$$F_{hitung} = (jk_{reg}/k-1)/(jk_{sisa}/n-1)$$

Keterangan :

- Jk_{reg} = Jumlah kuadrat regresi
Jk_{sisa} = Jumlah variabel
n = Jumlah sampel
k = Jumlah variabel
1 = Bilangan Konstanta

Dengan kreteria keputusan:

H₀ = Tidak ada pengaruh variabel (harga, tingkat pendaptan, jumlah tanggungan) terhadap jumlah pembelian sayuran di daerah penelitian.

H₁ = Ada pengaruh penggunaan variabel (harga, tingkat pendaptan, jumlah tanggungan) terhadap jumlah pembelian sayuran di daerah penelitian

Jika F_{hitung} > (F) tabel = maka H₀ ditolak H₁ diterima taraf kepercayaan 95%

Jika F_{hitung} < (F) tabel = maka H₀ diterima H₁ ditolak taraf kepercayaan 95%

Untuk menguji ketiga variabel tersebut berpengaruh secara parsial terhadap jumlah pembelian sayuran maka digunakan uji t, yaitu:

$$t_{hitung} = (b_i - \beta_1) / (se\{b\}_i)$$

Dimana :

b_i = Koefisien regresi

β_1 = Mewakili nilai β_1 tertentu sesuai hipotesis

Se = Simpangan Baku (standard deviasi)

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_1 diterima

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Di Pasar Tradisional Melati

Sikap merupakan konsep paling penting dalam studi perilaku konsumen dengan mempengaruhi sikap konsumen pemasar berharap dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Dalam penelitian faktor pembentuk sikap konsumen digolongkan menjadi 4 bagian yaitu rasa, harga, daya tahan sayuran dan kesegaran, setiap faktor pembentuk sikap konsumen memiliki tiga kalimat pernyataan. Berikut adalah penjabaran sikap konsumen terhadap atribut yang terdapat dalam sayuran di Pasar Tradisional Melati.

Rasa

Sayuran memiliki banyak varian rasa tergantung jenisnya. Sayuran yang di pasarkan di Pasar Tradisional Melati terdiri dari berbagai macam jenis sayuran seperti sayuran dari dataran rendah dan dataran tinggi. Umumnya faktor pembentuk sikap konsumen dalam melakukan pembelian sayuran di Pasar Tradisional Melati adalah Karena adanya anggapan bahwa kualitas sayur yang dijual lebih baik dibandingkan yang dijual di Pasar tradisional lainnya. Rasa suatu produk bagi sebagian orang adalah hal yang paling utama dalam melakukan pembelian, hal ini dikarenakan dengan rasa dari produk yang baik (enak) akan memberikan kepuasan dari konsumen sehingga konsumen tidak merasa rugi dalam membeli produk tersebut. Dari hasil penelitian yang dilakukan di pasar tradisional tentang pengaruh terhadap pembentuk sikap konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Rasa

No	Pernyataan	Skor Tanggapan	Kreteria
1	Sayuran yang ditawarkan memiliki rasa yang enak	3,93	Setuju
2	Sayuran yang ditawarkan sangat segar	4,33	Setuju
3	Rasa dari setiap sayuran yang dijual Pasar tradisional Melati pas dilidah	3,87	Setuju
Total		12,13	
Rataan		4,04	Setuju

Sumber Data Primer diolah 2020

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dilihat bahwa atribut rasa dari produk sayuran merupakan faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian sayuran di Pasar Tradisional Melati, nilai skor sikap konsumen terhadap atribut rasa adalah sebesar 4,04 yang berada pada kreteria Setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa atribut rasa sayuran yang di jual di

pasar tradisional merupakan hal yang mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian. Dari ketiga pernyataan tentang rasa dari sayuran yang diajukan dapat dilihat bahwa pernyataan yang memiliki skor tanggapan tertinggi adalah pernyataan ke 2 yaitu Mutu sudah sesuai dengan harga dengan skor penilaian sebesar 4,33. Hal ini menunjukkan bahwa umumnya sikap konsumen dalam melakukan pembelian sangat memperhatikan antara kesesuaian mutu (rasa) yang di peroleh dari produk tersebut dengan harga jualnya. Apabila mutu (rasa) yang dihasilkan tidak sesuai dengan harga jualnya umumnya konsumen akan mencari alternative produk lain.

Harga

Dalam proses melakukan pembelian hal yang paling utama diperhatikan oleh setiap konsumen adalah harga produk tersebut. Harga dari suatu produk merupakan faktor yang menjadi bahan pertimbangan dari perilaku konsumen, karena umumnya konsumen akan lebih cenderung menginginkan harga yang murah. Namun pada kondisi lain harga bukan lagi menjadi faktor pembentuk sikap konsumen, yang menjadi pembentuk perilaku konsumen adalah kualitas dari produk tersebut, apabila kualitas dan kepuasan yang diperoleh dari produk tersebut baik umumnya konsumen tidak terlalu mementingkan harga lagi, namun kondisi ini hanya banyak berlaku untuk konsumen menengah keatas. Dari hasil penelitian yang dilakukan di Pasar Tradisional diperoleh pengaruh atribut harga terhadap pembentukan sikap konsumen dalam melakukan pembelian sebagai berikut:

Tabel 2. Atribut Harga Sebagai Faktor Pembentuk Sikap Konsumen

No	Pernyataan	Skor Tanggapan	Kreteria
1	Harga sayuran di Pasar tradisional Melati cukup terjangkau	3,83	Setuju
2	Harga sesuai kualitas yang ditawarkan	4,43	Setuju
3	Bias melakukan tawar menawar untuk menentukan harga	3,50	Setuju
Total		11,77	
Rataan		3,92	Setuju

Sumber Data Primer diolah 2020

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dilihat bahwa konsumen setuju atribut harga, merupakan variabel yang mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian sayuran, rata-rata skor penilaian tanggapan konsumen tentang pengaruh atribut harga adalah 3,92 yang berada pada kriteria setuju. Dari ketiga pernyataan yang diajukan pernyataan 2 merupakan pernyataan yang memiliki skor tanggapan tertinggi yaitu sebesar 4,43, hal ini mencerminkan bahwa dalam membeli sayur-mayur di Pasar tradisional konsumen juga memperhatikan kesesuaian harga dengan kualitas dari sayuran tersebut.

Daya Tahan

Daya tahan merupakan salah satu aspek penting yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian, karena umumnya konsumen yang membeli sayuran di Pasar Tradisional Melati, sayuran yang dibeli tidak langsung dikonsumsi hari itu juga melainkan ada sebagian yang disimpan untuk bekal dalam satu minggu, karena pada umumnya konsumen di daerah perkotaan hanya melakukan kegiatan belanja kebutuhan sehari-hari satu kali

dalam seminggu, hal ini disebabkan karena kesibukan sehari-hari untuk bekerja ataupun kegiatan lainnya. Konsumen yang seperti ini akan cenderung membeli sayuran yang memiliki daya tahan yang lama, berdasarkan hasil penelitian berikut diperoleh pengaruh atribut rasa terhadap sikap konsumen dalam melakukan pembelian sayuran di pasar tradisional:

Tabel 3. Pengaruh Atribut Daya Tahan Sebagai Faktor Pembentuk Sikap Konsumen

No	Pernyataan	Skor Tanggapan	Kreteria
1	Sayuran yang di jual di pasar tradisioanal melati memiliki daya tahan yang cukup lama	4,27	Setuju
2	Sayuran yang di jual di di pasar tradisioanal melati bias disimpan untuk waktu yang lama	4,23	Setuju
3	Sayuran di pasar tradisioanal melati sangat hijau dan segar	3,77	Setuju
Total		12,27	
Rataan		4,09	Setuju

Sumber Data Primer diolah 2020

Dari hasil skor tanggapan konsumen pada tabel di atas dapat dilihat bahwa skor tanggapan yang diberikan oleh konsumen terhadap atribut daya tahab sayuran adalah sebesar 4,09 yang berada pada kreteria setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa daya tahan yang baik akan mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian sayuran. Dari ketiga pernyataan yang diajukan dapat dilihat pernyataan yang memiliki skor tanggapan tertinggi adalah pernyataan 1. Dengan skor penilaian 4,27. Sayuran yang di jual di pasar tradisioanal melati memiliki daya tahan yang cukup lama.

Kesegaran Sayuran

Dalam proses pembelian terhadap komoditi pertanian khususnya sayuran atribut kesegaran dari sayuran tersebut merupakan hal yang menjadi fokus utama konsumen sebelum melakukan pembelian, umumnya konsumen akan lebih tertarik terhadap sayuran yang masih segar dan hijau dibandingkan sayuran yang sudah layu, hal ini karena adanya anggapan konsumen bahwa sayuran yang segar dan hijau lebih berkualitas dibandingkan sayuran yang sudah layu. Berikut adalah hasil penilaian sikap konsumen terhadap atribut kesegaran sayuran:

Tabel 4. Konsumen Terhadap Atribut Kesegaran Sayuran

No	Pernyataan	Skor Tanggapan	Kreteria
1	Sayuran yang dijual masih hijau dan segar	4,27	Setuju
2	Sayuran yang dijual memiliki daya tahan yang lama untuk disimpa	3,93	Setuju
3	Sayuran yang dijual bebas dari kotoran dan tldak busuk	4,00	Setuju
Total		12,20	
Rataan		4,07	Setuju

Sumber Data Primer diolah 2020

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel kesegaran dari produk sayuran merupakan faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian sayuran, nilai skor tanggapan konsumen terhadap atribut kesegaran adalah sebesar 4,07 yang berada pada kriteria Setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kesegaran sayuran yang di jual di merupakan hal yang mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian. Dari ketiga pernyataan tentang kualitas dari produk yang diajukan dapat dilihat bahwa pernyataan yang memiliki skor tanggapan tertinggi adalah pernyataan ke 1 yaitu Sayuran yang dijual masih hijau dan segar skor penilaian sebesar 4,27. Hal ini menunjukkan bahwa umumnya sikap konsumen dalam melakukan pembelian sangat memperhatikan tentang kesegaran dari sayuran konsumen umumnya akan memilih atau membeli sayuran yang segar.

Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Sayuran Konsumen

Dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi jumlah pembelian sayuran konsumen di Pasar Tradisional Melati digolongkan menjadi 3 yaitu: harga sayuran, pendapatan konsumen dan jumlah anggota keluarga konsumen. Dari hasil penelitian diperoleh angka rata-rata dari masing-masing variabel tersebut dimana rata-rata jumlah pembelian sayuran konsumen perbulannya adalah sebanyak 21,84 Kg/bulan.

Total permintaan sayuran konsumen perbulannya adalah sebanyak 21,84 (Kg/bln) dimana konsumsi sayuran ini terdiri dari sayuran dataran rendah yang meliputi : bayam, kangkung, kacang panjang terong dan sebagainya. Konsumsi selanjutnya adalah untuk sayuran dataran tinggi yang terdiri dari kol, wortel kentang dan lain-lain. Rataan harga dari keseluruhan sayuran tersebut adalah Rp. 9.575/Kg. tingkat pendapatan konsumen perbulannya adalah Rp. 5.150.000 dimana pendapatan ini adalah total pendapatan keluarga perbulannya. Jumlah anggota keluarga konsumen adalah sebanyak 4 orang.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel tersebut terhadap jumlah pembelian sayuran konsumen dianalisis dengan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 2017. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Koefisien Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	1.745	1.147		-1.522	.140
	Harga	-.5500	.000	.018	2.213	.036
	Pendapatn	2.8228	.000	.006	3.413	.043
	jumlah anggota keluarga	5.283	.085	1.004	62.157	.000

Sumber Data Primer diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 1.745 - .5500X_1 + 2.8228 X_2 + 5.283X_3$$

Interpretasi :

Nilai (Constant) = 1,745 nilai ini menunjukkan jika variabel bebas bernilai 0, maka variabel jumlah permintaan memiliki nilai sebesar 1.745 Kg.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui signifikansi kontribusi antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai t-hitung untuk masing-masing variabel bebas dapat diketahui berdasarkan tabel berikut ini. Dari hasil olahan data output SPSS di atas menunjukkan adanya keterkaitan antara variabel bebas secara parsial dengan variabel terikat. Nilai t-tabel dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) sebesar 2,120. Penjelasan keterkaitan untuk masing-masing variabel secara parsial terhadap variabel bebas adalah sebagai berikut :

Harga Sayuran (X1)

Permintaan sayuran di pasaran sangat dipengaruhi oleh tingkat harga sayuran. Umumnya konsumen dalam melakukan permintaan sayuran akan sangat memperhatikan harga sayuran tersebut, apabila harga sayuran mengalami permintaan maka konsumen akan mengurangi permintaan. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh di pasar melati, Kota Medan diperoleh hasil pengujian statistik yang dilakukan secara regresi linier berganda pada table di atas Nilai t-hitung untuk variabel harga sayuran (X1) sebesar 2.213 > nilai t-tabel 2,120 dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05 ($.036 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan H1 diterima dan H0 ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan atau nyata dari nilai variabel harga terhadap tingkat pembelian konsumen sayuran pada taraf kepercayaan sebesar 95%. b1 merupakan koefisien regresi dari harga sayuran dengan nilai sebesar -0.5500, artinya jika setiap adanya peningkatan nilai variabel harga sayuran sebesar Rp.1.000, maka akan menurunkan nilai variabel jumlah pembelian sebesar -.5500 Kg/bln dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap (ceteris paribus).

Tingkat Pendapatan (X2)

Pendapatan konsumen berhubungan dengan daya beli konsumen. Tinggi atau rendahnya pendapatan akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan, dengan pendapatan konsumen akan menimbulkan perubahan permintaan terhadap berbagai jenis barang, seperti barang normal barang yang permintaannya akan meningkat apabila pendapatan konsumen naik.

Nilai t-hitung untuk variabel tingkat pendapatan(X2) sebesar 3.413 > nilai t-tabel 2,120 dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05 ($0,045 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan H1 diterima dan H0 ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan atau nyata antara variabel tingkat pendapatan terhadap tingkat pembelian konsumen sayuran pada taraf kepercayaan sebesar 95%. b1 merupakan koefisien regresi dari harga sayuran dengan nilai sebesar 2,8228, artinya jika setiap adanya peningkatan nilai variabel pendapatan sebesar Rp.1.000.000, maka akan meningkatkan nilai variabel jumlah pembelian sebesar 2.8228Kg/bln dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap (ceteris paribus).

Jumlah Tanggungan (X3)

Anggota keluarga sangat mempengaruhi perilaku pembelian dan permintaan. Menurut (Sumarwan, 2003) keluarga adalah lingkungan mikro, yaitu lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Keluarga adalah lingkungan

dimana sebagian besar konsumen tinggal dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya. Keluarga menjadi daya tarik bagi konsumen karena keluarga memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan jasa. Keluarga adalah lingkungan mikro yang menarik untuk dipelajari dalam kaitannya dengan pembelian produk dan jasa.

Nilai t-hitung untuk variabel jumlah anggota keluarga (X3) sebesar 62,157 > nilai t-tabel 2,120 dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05 ($0,00 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan H1 diterima dan H0 ditolak, artinya secara parsial variabel jumlah anggota keluarga berpengaruh nyata atau signifikan terhadap tingkat pembelian konsumen sayuran pada taraf kepercayaan sebesar 95%. b1 merupakan koefisien regresi dari jumlah anggota keluarga dengan nilai sebesar 5.283, artinya jika setiap adanya peningkatan nilai variabel pendapatan sebesar 1 orang, maka akan meningkatkan nilai variabel jumlah pembelian sebesar 5,283Kg/bln dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap (ceteris paribus).

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah salah satu uji regresi yang berfungsi untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi memiliki nilai sebesar 0.996, angka ini menunjukkan tingkat hubungan variabel terikat dengan variabel bebas adalah sebesar 99,6 % dimana variabel Y (jumlah pembelian sayuran) dapat dijelaskan oleh adanya variabel harga sayuran, tingkat pendapatan dan jumlah anggota keluarga sedangkan sisanya sebesar 0,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Sedangkan nilai Multiple-R memiliki nilai sebesar 0.998a, artinya ada hubungan yang erat antara variabel variabel harga sayuran, tingkat pendapatan dan jumlah anggota keluarga terhadap jumlah pembelian sayuran konsumen di daerah penelitian dengan tingkat keeratan sebesar 99,8%.

Uji Serempak (Uji f)

Uji serempak merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui signifikansi kontribusi antara variabel bebas secara keseluruhan dengan variabel terikat. Untuk melakukan pengujian tersebut, diperlukan nilai f-hitung yang diperoleh dari hasil olahan data dengan menggunakan paket program komputer SPSS.

Berdasarkan hasil olahan data, dapat diketahui nilai f-hitung sebesar 2.160,055, dengan nilai taraf kepercayaan 95% maka diperoleh nilai f-tabel sebesar 3,24. Dari hasil pengujian diperoleh nilai f-hitung lebih besar dari pada f-tabel ($2.160,055 > 3,24$), dan nilai signifikan 0,000a maka kriteria keputusan yang diambil adalah terima H1 dan tolak H0, artinya secara serempak ada pengaruh yang nyata antara variabel variabel harga sayuran, tingkat pendapatan dan jumlah anggota keluarga terhadap jumlah pembelian sayuran konsumen di daerah penelitian.

KESIMPULAN

Karakteristik konsumen sayuran di Pasar Tradisional Melati adalah perempuan dengan total responden sebanyak 27 orang (90%), sedangkan untuk rentang usia berada pada rentang 31-46 tahun yaitu sebanyak 23 orang (77%), jenjang pendidikan yang ditempuh oleh konsumen sayuran berada pada jenjang

pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu sebanyak 23 orang (77%). Tingkat pendapatan konsumen sayuran di Pasara Tradisional Melati berada pada tingkat pendapatan Rp. >5.100.000 yaitu sebanyak 17 orang (57%). Jenis pekerjaan yang digeluti oleh konsumen sayuran pada umumnya adalah ibu rumah tangga yaitu sebanyak 24 orang (80%).

Dari pengukuran sikap konsumen terhadap atribut yang terdapat dalam sayuran diperoleh hasil bahwasayan sebagai berikut: rasa dengan nilai 4,04, harga (3,92), daya tahan (4,09) dan kesegaran (4,07) yang artinya dimana setiap atribut terdapat dalam sayuran mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian

Dari hasil uji serempak diperoleh nilai f-hitung sebesar 2.160,055, dengan nilai taraf kepercayaan 95% maka diperoleh nilai f-tabel sebesar 3,24. Dari hasil pengujian diperoleh nilai f-hitung lebih besar dari pada f-tabel ($2.160,055 > 3,24$), dan nilai signifikan 0,000a maka kriteria keputusan yang diambil adalah terima H_1 dan tolak H_0 , artinya secara serempak ada pengaruh yang nyata antara variabel variabel harga sayuran, tingkat pendapatan dan jumlah anggota keluarga terhadap jumlah pembelian sayuran konsumen di daerah penelitian.

REFERENSI

- Alqamari, M., Kabeakan, N. T. M. B., & Yusuf, M. (2021). PELATIHAN PEMBUATAN PUPUK ORGANIK DARI LIMBAH BAGLOG UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN PADA KELOMPOK TANI JAMUR TIRAM DI KELURAHAN MEDAN DENAI KECAMATAN MEDAN DENAI. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1), 73-81.
- AL QAMARI, M. U. H. A. M. M. A. D. (2020, February). Optimization of Potassium Sulfate (K_2SO_4) Against Disease and Results curly leaf varieties Red Chili (*Capsicum annum* L.). In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)* (Vol. 2, No. 01).
- Arikunto, Suharsimi. Prosedur penelitian. 2010. Fuadi, M., & Julia, H. (2018). PEMANFAATAN BUAH NANGKA MUDA SEBAGAI BAHAN ALTERNATIF PEMBUATAN DENDENG. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Bagus, 2011. Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Candrawati, Ketut Sri. 2015. Pasar Tradisional Melati dan Pasar Tradisional Dalam Gaya Hidup Masyarakat Dikabupaten Tabanan, Provinsi Bali. STIA-DenPasar.Bali.
- Herminda dan Prihatini, S., "Gambaran Konsumsi Sayur dan Buah Penduduk Indonesia dalam Konteks Gizi Seimbang: Analisis Lanjut Survei Konsumsi Makanan Individu (SKMI) 2014", *Bul. Penelitian Kesehatan* 44 3, hal. 205-208, 2016
- JULIA, H., & NOVITA, A. (2018). Analysis of Erosion Risk Level in Upstream of Sempor Reservoir. In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)* (Vol. 2, No. 01).
- Julia, H. (2017). SIGNIFIKANSI SKENARIO PEMBANGUNAN CHECK DAM DALAM MENAHAN LAJU SEDIMENTASI DI WADUK SEMPOR. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 21(1), 78-88.
- Kabeakan, N. T. M. B., Alqamari, M., & Yusuf, M. (2020). Pemanfaatan Teknologi Fermentasi Pakan Komplet Berbasis Hijauan Pakan Untuk Ternak Kambing. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 2(2), 196-203.

- Lubis, E., Susanti, R., & Nurhajjah, N. (2020). Sosialisasi Teknologi Pengendalian Lalat Buah *Bactrocera* Sp Yang Ramah Lingkungan Di Desa Kubu Colia Kecamatan Dolat Rakyat. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 21-25.
- LUBIS, E., PINEM, M. I., & FEBRIAN, R. (2020, February). Contributions of IAA (Indole Acetic Acid) and 2-IP (Dimethyl Allyl Amino Purine) on Multiplication of Red Plant Banana Explants (*Musa Paradisiaca*) in Ms Media By in Vitro. In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)* (Vol. 2, No. 01).
- Lubis, E., Barus, W. A., & Risnawaty, R. (2018). PENINGKATAN PRODUKSI PADI PADA TANAH SALIN DENGAN PEMBERIAN ASAM ASKORBAT. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Manik, J. R., Alqamari, M., & Hanif, A. (2018). Usaha Pemanfaatan Lahan Pekarangan Budidaya Tanaman Sayuran Secara Vertikultur Pada Kelompok Ibu-Ibu 'Aisyiyah. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Munar, A., Bangun, I. H., & Lubis, E. (2018). Pertumbuhan Sawi Pakchoi (*Brassica rapa* L.) Pada Pemberian Pupuk Bokashi Kulit Buah Kakao Dan Poc Kulit Pisang Kepok. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 21(3), 243-253.
- NOVITA, A., JULIA, H., CEMDA, A. R., & SUSANTI, R. (2020, February). Response on Growth of *Vetiveria Zizanioides* L. on Giberellin Under Salinity Stress Conditions. In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)* (Vol. 2, No. 01).
- Siregar, R. S., & Julia, H. (2017). DETERMINAN KARAKTERISTIK SOSIAL KONSUMEN TERHADAP KUANTITAS KONSUMEN DAGING SAPI DI KOTA MEDAN. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 21(1), 97-103.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung.
- THAMRIN, Muhammad; HERMAN, Surna; HANAFAI, Fahrul. Pengaruh faktor sosial ekonomi terhadap pendapatan petani pinang. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 2015, 17.2.
- Yamato. 2011. *Kekurangan Dan Kelemahan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional*. CV. Andi. Yogyakarta. Yogyakarta.