

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN BUAH ANGGUR IMPOR *STUDI KASUS* PASAR MODEREN (*HYPERMART*) DI KOTA PALU

Factors Affecting Demand of Imported Grapes: *Case Study* Modern Market (Hypermart) in Palu

Indra agung wijaya¹⁾ Effendy²⁾, Lien Damayanti²⁾.

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Email : Indraagungwijaya0112@gmail.com

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako
E-mail :Effendy_surentu@yahoo.com. E-mail :lien_damayanti@ymail.com .

ABSTRACT

This study aimed to determine the factors that affect the demand for imported grapes of modern market (case study at Hypermart of Palu). The study was conducted from August 2017 to October 2017. The respondents' determination was conducted using accidental sampling to select 30 respondents of imported grape consumers. The Multiple Linear Regression was employed by using F (Simultant) test and t test (Partial). The F test results showed that the value of F-count was $24.716 > F\text{-table} (2,960)$ indicating that simulataneously all variables including age (X1), consumer income (X2), and imported grape price (X3) had significant effect on the demand of the imported grapes. The result of t test indicated that the age (X1) and the imported grape (X3) partially had significant effect on the imported grape demand with the significance value of less 5% whereas the consumer income (X2) had the significance value of greater than 5%, therefore, its effect was insignificant.

Keywords: Age, Demand, Income, and Price.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah anggur impor *studi kasus* pasar moderen (Hypermart) di Kota Palu. Penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus 2017 hingga Oktober 2017. Penentuan responden dilakukan menggunakan sampling aksidental dengan jumlah sampel sebanyak 30 konsumen buah anggur impor. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan uji F (Simultan) dan uji t (Parsial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-hitung ($24,716 > F\text{-tabel} (2,960)$) berarti secara bersama-sama semua variabel yaitu umur (X₁), pendapatan konsumen (X₂), dan harga buah anggur impor(X₃) memberikan pengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur impor. Hasil uji t, regresidiperoleh variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur impor adalah umur (X₁) dan harga buah anggur impor(X₃), dimana kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat kesalahan sebesar 5%, sedangkan pendapatan konsumen (X₂) merupakan variabel yang memiliki nilai signifikansi lebih besar dari tingkat kesalahan sebesar 5%, oleh sebab itu variabel pendapatan konsumen tidak memberikan pengaruh nyata kepada variabel terikatnya.

Kata Kunci : Harga, Pendapatan, Umur, Permintaan.

PENDAHULUAN

Globalisasi membuat keterkaitan ekonomi nasional dengan perekonomian internasional menjadi makin erat. Dalam skala nasional, globalisasi berarti peluang pasar internasional bagi produk dalam negeri dan sebaliknya juga peluang masuknya produk-produk global ke dalam pasar domestik. Hal ini disebabkan karena perdagangan bebas memungkinkan masyarakat dari berbagai negara mengimpor dan mengekspor lebih banyak barang. Bagi konsumen, perdagangan bebas dipandang sebagai hal yang positif karena berarti semakin banyak pilihan barang yang dibutuhkan dengan harga dan kualitas yang bersaing (Irawan, 2010).

Globalisasi ekonomi adalah suatu proses yang menyebabkan semakin terintegrasinya berbagai aspek ekonomi suatu negara dengan perekonomian dunia. Pembentukan harga komoditas di setiap negara semakin terintegrasi dengan dinamika pasar dunia dan preferensi konsumen dalam aspek tertentu semakin mengarah kepada preferensi yang bersifat universal. Arus globalisasi tersebut termasuk menyatunya ekonomi di kawasan Asean melalui Asean Economic Community 2015 tidak mungkin dihindari dan pada gilirannya hal itu akan membawa pengaruh terhadap perkembangan agribisnis nasional (Irawan, 2010)

Pengaruh dibukanya pintu globalisasi di Indonesia dengan wujud perdagangan bebas, hal tersebut dapat dijadikan sebagai tantangan sekaligus peluang yang besar bagi setiap negara termasuk Indonesia. Tantangan dan peluang tersebut juga berlaku bagi industri hortikultura di Indonesia, salah satunya adalah komoditi buah segar (Irawan, 2010).

Persaingan ekspor impor buah-buahan telah menyebabkan pasar buah nasional mendapatkan tekanan buah-buahan impor., mLonggarnya kebijakan impor buah yang diterapkan pemerintah telah membuat posisi perusahaan buah nasional semakin terpuruk karena tidak mampu bersaing

dengan buah impor. Buah impor mempunyai karakteristik mutu yang seragam dan (*shelf-life*) lebih lama, yang menjadikan daya saingnya di pasar lebih besar.

Importir buah mendapatkan pasokan buah dari luar negeri dengan memanfaatkan beberapa kelemahan atribut buah nasional misalnya warna kurang menarik, ukuran tidak seragam, dan citarasa yang tidak konsisten. Besarnya nilai impor buah buahan Indonesia perlu mendapat perhatian secara serius dari semua pihak yang terkait untuk menaikkan tingkat kepuasan konsumen di Indonesia. (Sunarjono, 2013).

Seorang konsumen dalam menilai suatu produk atau jasa yang dikonsumsinya adalah dengan membandingkan harapan yang ingin ia peroleh dari produk atau jasa dengan apa yang sebenarnya ia rasakan dari produk atau jasa yang dikonsumsinya. Apabila produk atau jasa mampu memenuhi harapan konsumennya, maka produk atau jasa itu dapat dikatakan telah mampu memenuhi kepuasan konsumennya. Namun jika produk atau jasa tidak mampu memenuhi harapan konsumennya, produk atau jasa tersebut dikatakan tidak mampu memberikan kepuasan yang dapat mengakibatkan konsumen tidak mau mengonsumsi produk atau jasa itu kembali (Fadlan Ahmad, 2015).

Kebutuhan konsumen buah-buahan di Indonesia akan terpenuhi mana kala ketersediaan produk dan daya beli masyarakat juga mampu mengatasinya. Usaha pemenuhan kebutuhan dan selera konsumen terhadap buah-buahan tercermin dengan semakin membanjirnya buah impor di Indonesia berdasarkan Produksinya dapat dilihat dari tabel 1.

Tabel 1. Produk Buah Impor di Indonesia pada Tahun 2012-2016.

No.	Tahun	Produksi (Ton)/tahun
1	2012	848.0
2	2013	667.0
3	2014	789.0
4	2015	666.0
5	2016	848.0

Sumber : Kemendag 2017

Tabel 2. Volume Pembelian Buah Impor di Hypermart Palu Grand Mall 2016 (Ton).

Tahun	Grape	Apple	Citrus	Pear
2013	4,12	8,4	2,5	3,71
2014	14,82	24,61	11,25	8,00
2015	11,91	18,00	9,51	7,21
2016	13,21	26,53	8,75	8,34

Sumber : SBI Hypermart Palu Grandmall 2017

Tabel 1 menunjukkan data mengenai produk buah impor di Indonesia dari Tahun 2012 hingga Tahun 2016 mengalami fluktuasi. Pada Tahun 2012 jumlah produksi buah impor berjumlah 848.0 ton/tahun, lalu pada tahun 2013 mengalami penurunan sebesar 667.0 ton/tahun, sampai pada tahun 2014 produksi buah impor mengalami peningkatan hingga 789.0 ton/tahun. Pada tahun 2015 jumlah produksi buah impor menurun sebesar 666.0 ton/tahun sampai pada tahun 2016 jumlah produksi buah impor di Indonesia mengalami kenaikan hingga 848.0 ton/tahun. Produksi buah impor di Indonesia terus meningkat di karenakan produksi buah lokal kurang diperhatikan oleh pemerintah dan rendahnya mutu, ketidakseragaman jenis buah, dan kesulitan transportasi menjadikan buah lokal sulit meningkatkan pemasaran buah-buah lokal ke pasar.

Impor buah-buahan yang semakin meningkat dikhawatirkan akan makin menggeser konsumsi buah lokal, karena secara umum memang menunjukkan keragaman yang sangat tinggi. Selain itu, impor buah-buahan di Indonesia memiliki kecenderungan trend yang meningkat dan berfluktuasi secara bulanan dalam tiap tahunnya. Peningkatan dan fluktuasi impor buah-buahan diharapkan tidak mengganggu sustainabilitas pertanian buah-buahan dan komoditas substitusi impor lainnya di Indonesia (Rizky. 2002).

Masuknya buah impor khususnya di Sulawesi Tengah tidak terlepas dari kemampuan buah impor dalam membentuk citranya sebagai buah yang bermutu, bergengsi, mudah diperoleh dipasaran dan penampilan menarik serta mampu

menunjukkan status sosial pembeli buah tersebut.

Rendahnya kesadaran masyarakat Kota Palu akan pentingnya mengkonsumsi buah untuk mempertahankan kesehatan secara optimal. Kandungan vitamin, mineral, serat dan zat gizi lainnya dalam buah mampu meningkatkan daya tahan tubuh, sehingga mujarab untuk menangkal, mencegah dan mengobati penyakit. Buah merupakan sumber zat pengatur yang sangat diperlukan oleh tubuh manusia

Supermarket merupakan tempat perdagangan yang menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari termasuk buah-buahan memberikan banyak pilihan dan kemudahan kepada konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkan pada satu tempat. Perkembangan produk impor khususnya pada buah impor di hypermart (*Palu Grand Mall*) di Kota Palu dapat dilihat dari pembelian buah impor pada tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan data mengenai pembelian buah impor di Hypermart (*Palu Grand Mall*) dari Tahun 2013 hingga Tahun 2016 mengalami fluktuasi. Pada Tahun 2013 pembelian buah anggur impor/grape berjumlah 4,12 ton lalu pada tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 14,82 ton, sampai pada tahun 2016 pembelian buah anggur impor/grape mengalami penurunan hingga 13,21 ton.

Salah satu cara untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen buah anggur impor yaitu dengan mengaplikasikan analisis regresi linier berganda dengan melihat beberapa variabel bebas (X) antara lain pendapatan konsumen, harga Buah anggur impor itu sendiri, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan dan umur (Pranasari, 2016).

Penulis melihat adanya ketidakseimbangan antara produksi dan permintaan, namun belum adanya penelitian mengenai permintaan konsumen buah anggur impor, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui masalah dan bagaimana permintaan konsumen terhadap buah anggur impor di Sulawesi Tengah.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di swalayan Hypermart (Palu Grand Mall) yang bertempat di Jl.Diponegoro.Kota Palu Sulawesi Tengah. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa swalayan ini merupakan pasar moderen yang menyediakan buah-buah lokal dan impor di kota Palu. Waktu pelaksanaan pada bulan Agustus sampai September 2017.

Menurut Sugiono (2008),Sampling aksidental merupakan tehnik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristiknya, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). Penentuan responden yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan sampling aksidental.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 responden, dan responden yang diambil dalam penelitian ini berasal dari Hypermart (*Palu Grand Mall*) dengan pertimbangan konsumen buah anggur impor yang ada pada pasar hypermart ini dapat memberikan informasi, sehingga diharapkan bisa diperoleh hasil yang cukup akurat dan representatif sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial). Uji t ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual (parsial) terhadap variabel terikat. Hasil uji inipada output SPSS dapat dilihat pada tabel *coefficent*. Nilai dari uji t dapat dilihat dari *p-value* (pada kolom signifikan) pada masing-masing variabel bebas, jika *pvalue* lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan atau t-hitung lebih besar dari t-tabel (Agung Bhuwono,2005). Hipotesis yang diajukan adalah:

H0 : tidak ada pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat

Ha : ada pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai tingkat signifikan dengan alpa, yaitu dengan kriteria:

jika tingkat signifikan $< \alpha$, maka H0 ditolak ; Ha diterima

jika tingkat signifikan $> \alpha$, maka H0 diterima ; Ha ditolak

Uji F (Simultan).Uji F ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA. Hasil F tes menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat jika *p-value* lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan (Agung Bhuwono,2005). Hipotesis yang diajukan adalah:

H0 : tidak ada pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat

H1 : ada pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai tingkat signifikan dengan alpa, yaitu dengan kriteria:

jika tingkat signifikan $< \alpha$, maka H0 ditolak ; H1 diterima

jika tingkat signifikan $> \alpha$, maka H0 diterima ; H1 ditolak

Metode Pengumpulan Data.Data yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara langsung dengan responden yaitu konsumen buah Impor di swalayan (Hypermart) dengan menggunakan daftar pertanyaan (*questionnaire*). Data sekunder diperoleh dari instansi terkait dan literatur yang relevan dengan tujuan peneliti.

Metode Analisis Data. Menurut Jonathan (2006), Pengujian hipotesis diuji dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regresion*).Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian

ini adalah Permintaan Konsumen Buah Impor, Umur Konsumen, Pendapatan konsumen, dan Harga buah Anggur impor, Merupakan variabel independen. Sedangkan, Permintaan Buah Impor adalah variabel dependen. Persamaan dalam model ini terdiri dari yaitu :

$$Y = \beta_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Permintaan Konsumen Buah anggur Impor (Kg)
 X₁ = Umur Konsumen
 X₂ = Pendapatan Konsumen (Rp /Bulan)
 X₃ = Harga Buah anggur Impor (Rp)
 b₁, b₂, b₃ = Nilai koefisien regresi
 β₀ = Intersep
 e₁ = Residual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hypermart Palu Grand Mall (PGM) merupakan pasar moderen yang bertempat di jalan Diponegoro. Hypermart Palu Grand Mall merupakan cabang yang ke 8 di Sulawesi Tengah. Manajer dari Hypermart Palu Grand Mall ini bernama bapak Yudhi Muktiyadhi berkelahiran bandung 30 mei 1969 dan memiliki karyawan sebanyak 68 orang. Hypermart Palu Grand Mall (PGM) yang menyediakan semua kebutuhan rumah tangga, baik kebutuhan pangan maupun sandang. Kebutuhan pangan yang disediakan oleh pasar moderen ini salah satunya yaitu buah anggur impor, dimana buah anggur impor ini di distribusi dari PT. Laris Manis Utama. PT. Belimbing Sejahtera dan Distribution Center Hypermart Jakarta yang menjalin kontrak dalam pendistribusian kebutuhan sandang dan pangan.

Karakteristik Responden. Objek pada penelitian ini adalah masyarakat yang membeli produk buah anggur impor di Hypermart yang merupakan salah satu pasar moderen di Kota Palu yang menyediakan buah anggur impor. Mayoritas responden yang mengkonsumsi buah anggur impor adalah ibu rumah tangga, dimana responden

di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur dan tingkat pendidikan.

Jenis Kelamin. Konsumen kebanyakan yang melakukan kegiatan berbelanja buah anggur impor adalah perempuan, untuk lebih jelasnya responden anggur impor berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam mengkonsumsi buah anggur impor adalah perempuan, ini terlihat dari jumlah persentasinya sebesar 63% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki hanya memiliki presentasi sebesar 37% dalam mengkonsumsi buah anggur impor.

Umur Responden. Umur responden pada penelitian adalah berkisar antara 20 hingga 60 tahun. Hal tersebut menunjukkan keadaan responden yang mengkonsumsi buah anggur impor berada pada umur produktif 21-54 tahun, responden buah anggur impor masih aktif dalam mempertimbangkan dalam pembelian buah anggur impor yang akan dikonsumsi. Data responden yang diperoleh menunjukkan sebagian besar konsumen berada pada umur 20 hingga 49 tahun, sedangkan jumlah konsumen yang berada pada umur 51 hingga 60 tahun keatas hanya sedikit.

Usia responden yang mayoritas membeli buah anggur impor terbagi atas 2 kelompok yang berkisar antara usia 27-33 dan 41-47 tahun, terlihat dari persentasinya yang mencapai angka 27% yang unggul dari kelompok umur 20-26, umur 34-40 dan umur 48-54 tahun terlihat, dari persentasinya yang mencapai 13% bahkan yang sangat jauh berada dikelompok umur 55-61 tahun yang hanya memiliki presentasi sebesar 7%.

Tabel 3. Karakteristik Responden Konsumen Buah Anggur impor berdasarkan Jenis Kelamin.

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1.	Perempuan	19	63
2.	Laki-laki	11	37
	Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2017

Tabel 4. Karakteristik Responden Buah Anggur Impor berdasarkan Tingkat Pendidikan.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1.	SMA	1	3
2.	D3	9	30
3.	S1	7	24
4.	S2	10	33
5.	S3	3	10
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2017

Tabel 5. Karakteristik Responden Sayuran Organik berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga.

No.	Jumlah Tanggungan (Orang)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1.	1-3	25	83
2.	4-6	5	17
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2017

Tingkat Pendidikan. Tingkat pendidikan menentukan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka pengetahuan serta informasi yang dimiliki orang tersebut semakin besar. Data tingkat pendidikan responden buah anggur impor dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden buah anggur impor memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, dapat dilihat responden buah anggur impor yang memiliki tingkat pendidikan terbesar yaitu S1 dengan nilai presentase sebesar 57% dan tingkat pendidikan SMA hanya memiliki nilai presentase sebesar 23%.

Jumlah Tanggungan Keluarga. Keluarga adalah lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Anggota keluarga akan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan buah anggur impor. Data jumlah tanggungan keluarga responden buah anggur impor dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 6. Karakteristik Responden Buah Anggur Impor Berdasarkan Pendapatannya.

No.	Jumlah Pendapatan (Rp)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1.	Rp.1.000.000- Rp. 4.000.000	12	40
2.	>Rp.4.000.000	18	60
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2017.

Tabel 5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden buah anggur impor memiliki jumlah tanggungan 1-3 orang dengan presentasi nilai sebesar 83%. Jumlah tanggungan keluarga yang tersedikit adalah 4-6 dengan presentasi nilai sebesar 17%. Artinya bahwa responden buah anggur impor telah menjalani keluarga berencana dan diharapkan pengelolaan keuangan dalam rumah tangga stabil dan tetap mengkonsumsi buah anggur impor untuk menjaga kesehatan keluarga.

Pendapatan. Jumlah pendapatan akan mempengaruhi besar kecilnya daya beli dari seorang konsumen. Semakin besar pendapatan seseorang, semakin besar pula kemampuan seseorang dalam membeli beranekaragam kebutuhannya, begitu pun sebaliknya. Data responden buah anggur impor berdasarkan pendapatannya dapat dilihat dalam tabel 6.

Tabel 6 menunjukkan data mengenai pendapatan responden buah anggur impor menunjukkan dimana jumlah responden yang memiliki pendapatan > Rp. 5.000.000 memiliki nilai presentasi terbesar yaitu 60% sedangkan responden yang memiliki pendapatn Rp. 1.000.000 - Rp. 4.000.000 hanya memiliki nilai presentasi sebesar 40%. Berdasarkan tabel diatas, besarnya pendapatan konsumen akan menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dan pola konsumsi, sehingga mempengaruhi daya beli konsumen terhadap buah anggur impor.

Faktor - Faktor yang Memengaruhi Permintaan Buah Anggur Impor. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi

konsumsi Buah Anggur Impor di Kota Palu dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang pengolahan datanya menggunakan *software* SPSS 16. Analisis dilakukan secara bertahap untuk mendapatkan persamaan dugaan yang baik sesuai, dengan variabel terikatnya (*dependent variabel*) adalah permintaan buah anggur impor (Y) dan variabel bebas (*independent variabel*) terdiri dari Umur (X₁), Pendapatan (X₂), dan Harga buah anggur impor (X₃). Hasil regresi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan Buah Anggur Impor *studi kasus (Hypermart)* di Kota Palu dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS 16 disajikan pada Tabel 7.

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 7 diperoleh hasil perhitungan nilai R² yang menjelaskan bahwa variabel permintaan Buah Anggur Impor studi kasus Hypermart di Kota Palu dipengaruhi oleh variabel Umur, pendapatan, dan harga Buah anggur impor, sebesar 0,740 atau 74,0%, sedangkan sisanya 2,6% adalah variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam persamaan.

Tabel 7. Output Hasil Regresi Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Buah Anggur Impor Studi Kasus Pasar Moderen (Hypermart) di Kota Palu

No	Variabel	Koef. Regresi	t-hitung	signifikan
1	Intersep	0,897	20,780	0,000
2	X1	0,106	2,375	0,025
3	X2	0,025	0,546	0,590
4	X3	0,373	8,273	0,000

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2017.

Keterangan :

Tingkat kesalahan $\alpha=5\%$

R² = 0,740

F-hitung = 24,716

F-Tabel = 2,960

t- hitung = 20,78

t-tabel = 1,703

X1 = Umur Konsumen

X2 = Pendapatan

X3 = Harga buah Anggur Impor

Uji F (Simultan). Berdasarkan perbandingan antara F-hitung sebesar 24,716 dengan F-tabel (2,960) nilai tersebut signifikan pada $\alpha = 5\%$. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-hitung (24,716) > F-tabel (2,960) berarti secara bersama-sama semua variabel yaitu Umur (X₁), pendapatan (X₂), dan harga buah anggur impor (X₃) memberikan pengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur impor.

Uji t (Parsial). Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan, terdapat variabel yang berpengaruh dan tidak berpengaruh nyata (signifikan) terhadap permintaan buah anggur impor *studi kasus (Hypermart)* di Kota Palu. Hasil regresi diperoleh variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur impor adalah Umur (X₁) dan harga buah anggur impor (X₃), berdasarkan perbandingan signifikansi dengan tingkat kesalahan sebesar 5% maka dari kedua variabel tersebut nilainya tampak lebih kecil yang artinya variabel tersebut memberikan pengaruh kepada variabel terikatnya. Variabel bebas yang tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur impor adalah variabel pendapatan (X₂), dimanailai signifikannya lebih besar dari 5%. Estimasi model persamaan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah anggur impor *studi kasus (Hypermart)* di Kota Palu adalah:

$$Y = 0,897 + 0,106X_1 + 0,025X_2 + 0,3731X_3$$

Secara lengkap uraian mengenai pengaruh masing-masing faktor yang mempengaruhi permintaan buah anggur impor *studi kasus (Hypermart)* di Kota Palu diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Umur Konsumen (X₁)

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel pendapatan (X₁) berpengaruh nyata secara parsial, dimana t hitung 2,375 > t tabel 1,703 pada $\alpha = 5\%$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,106 yang berarti bahwa umur konsumen buah anggur impor adalah umur produktif 20 – 61 tahun dalam mengkonsumsi buah anggur impor yang

dapat meningkatkan permintaan buah anggur impor sebesar 0,106%. Kesimpulannya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel pendapatan secara parsial berpengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur impor *studi kasus* pasar moderen (*Hypermart*) di kota palu.

2. Pengaruh Pendapatan (X_2)

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel pendapatan konsumen (X_2) tidak berpengaruh nyata secara parsial dengan t hitung $0,546 < t$ tabel $1,703$ pada $\alpha = 5\%$, dikarenakan pendapatan konsumen untuk memenuhi kebutuhan terbagi menjadi 2 bagian yaitu kebutuhan primer dan sekunder dalam hal ini buah anggur impor termasuk dalam kebutuhan sekunder, permintaan konsumen dalam membeli buah anggur impor dianggap konstan atau dengan asumsi (*ceteris paribus*). Kesimpulannya bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya pendapatan secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur impor.

3. Pengaruh Harga Buah Anggur Impor (X_3)

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel harga buah anggur impor (X_3) berpengaruh nyata secara parsial dengan t hitung $8,273 > t$ tabel $1,703$ pada $\alpha = 5\%$ dengan nilai koefisien regresi sebesar $0,373$, yang berarti harga buah anggur impor *studi kasus* pasar moderen (*Hypermart*) di kota palu terbilang harga relative mahal akan tetapi permintaan dan kebutuhan konsumen buah anggur impor dapat terpenuhi sebesar $0,373\%$.

Kesimpulannya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel harga buah anggur impor secara parsial berpengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur impor *studi kasus* pasar moderen (*Hypermart*) di kota palu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan.

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan, adapun faktor-

faktor yang memengaruhi permintaan buah anggur impor *studi kasus* pasar moderen (*Hypermart*) di Kota Palu adalah sebagai berikut: Secara simultan (uji F) nilai F-hitung ($24,716$) $>$ F-tabel ($2,960$) yang artinya semua variabel secara bersama-sama yaitu umur (X_1), pendapatan konsumen (X_2) dan harga buah anggur impor (X_3), memberikan pengaruh secara nyata terhadap permintaan buah anggur impor. Secara parsial (uji t) variabel umur (X_1) berpengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur impor, dimana t hitung $2,375 > t$ tabel ($1,703$) dengan $\alpha = 5\%$, variabel pendapatan konsumen (X_2) tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur impor, dimana t hitung $0,546 < t$ tabel ($1,703$) dengan $\alpha = 5\%$, dan variabel harga buah anggur impor (X_3) berpengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur impor, dimana t hitung $8,273 > t$ tabel ($1,703$) dengan $\alpha = 5\%$.

Saran.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah anggur impor peneliti berharap kepada pemerintah dapat mengeluarkan kebijakan harga yang mudah dijangkau oleh semua kalangan, penjual/importir buah anggur impor dapat mendistribusikan dan memenuhi permintaan masyarakat akan buah buahan khususnya kebijakan buah anggur impor sehingga konsumen yang akan mengonsumsi buah anggur impor tidak hanya yang berasal dari kalangan atas atau konsumen yang memiliki pendapatan yang tinggi, namun semua kalangan dapat mengonsumsi buah anggur impor yang tidak relative tinggi atau mahal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fadlan, 2015. *Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Simpang Limun Kota Medan*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sumatera Utara. Medan. [SKRIPSI].
- Bhuwono Agung, Nugroho. 2005. *Faktor Kepribadian Perilaku Konsumen Terhadap*

- Pembelian buah di Supermarket Kota Pontianak*. Jurnal EKSOS. Vol.8(1), Februari 2009 :1-2.
- Jurnal EP Unud. Vol 2. (11) : 525-532. ISSN : 2303-0178.
- Irawan B, 2010. *Dinamika Produksi dan Strategi Peningkatan Daya Saing*. P.T Penerbit IPB Press. Bogor.
- Rizky, 2002. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Impor*. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. Vol.7(1).Januari 2002:4
- Pranasari, 2016. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengeluaran Rumah Tangga Untuk (Studi Kasus di Kelurahan Padang Sambian)*. E-
- Sunarjono, 2013. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buah pir*. Institut Pertanian Bogor, Bogor. [SKRIPSI]