

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN BUAH NANAS DI PASAR TRADISIONAL INPRES MANONDA KOTA PALU

Factors That Influence the Demand for Pineapple in Traditional Markets in the Hamlet Manonda City

Astrid Amanda¹⁾, Christopor²⁾, Sulmi²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako Palu

e-mail : astrdamnd@gmail.com, christopor70@yahoo.com, sulmi.agb2@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of pineapple fruit prices, gadung mango fruit prices, consumer income, number of family dependents, and age of consumers on demand for pineapple fruit in Palu City. This research was conducted in August - October 2019. Determination of respondents using accidental sampling, where the independent variable (X) is 5 and the dependent variable (Y) is 1. Then the two variables add up to produce 6 variables. 6 variables multiplied by 5 number of respondents for each variable resulting in 30 pineapple respondents in this study. While the analytical tool used in this study is the multiple linear regression analysis tool. The results showed that together the price of pineapple fruit, price of gadung mango (substitute), income, number of family dependents, and age had a significant effect on the demand for pineapple in the Manonda traditional market in Palu City. While partially it is known that the variables that have a significant effect on the demand for pineapple are the price of pineapple fruit, consumer income, and the number of family dependents. variables that have no significant effect on demand for pineapple in the traditional market inpres Manonda, Palu City.

Keywords: Demand, Pineapple, Price

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga buah nanas, harga buah mangga gadung, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga, dan umur konsumen terhadap permintaan buah nanas di Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus – Oktober 2019. Penentuan responden dilakukan menggunakan sampling aksidental, dimana variabel bebas (X) berjumlah 5 dan variabel terikat (Y) berjumlah 1. Kemudian kedua variabel dijumlahkan menghasilkan 6 variabel. 6 variabel dikali dengan 5 jumlah responden pada tiap variabel sehingga menghasilkan 30 responden buah nanas dalam penelitian ini. Sedangkan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama harga buah nanas, harga buah mangga gadung (substitusi), pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, dan umur berpengaruh nyata terhadap permintaan buah nanas di pasar tradisional inpres manonda Kota Palu. Sedangkan secara parsial diketahui bahwa variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan buah nanas adalah harga buah nanas, pendapatan konsumen, dan jumlah tanggungan keluarga variabel tersebut memiliki nilai signifikan lebih kecil dari tingkat kesalahan sebesar 5%, sedangkan harga buah mangga gadung (substitusi) dan umur merupakan

variabel yang berpengaruh tidak nyata terhadap permintaan buah nanas di pasar tradisional inpres manonda Kota Palu.

Kata Kunci: Permintaan, Nanas, Harga

PENDAHULUAN

Nanas merupakan salah satu tanaman buah yang banyak dibudidayakan di daerah tropis dan subtropis. Volume ekspor terbesar nanas olahan yaitu 49,32% dari total ekspor hortikultura Indonesia tahun 2004. Penelitian yang telah dilakukan oleh Lembaga Penelitian Tanaman Industri (LPTI) - Bogor, hasil rata-rata satu hektar adalah sekitar 36 ton batang basah dengan rendemen antara 3,5% - 4,0% sehingga hasil akhirnya diperkirakan sekitar 1,3 ton/Ha serat kering. Dari batang basah akan dihasilkan serat kering 3,5% (2,625 ton) dan limbahnya 16% (12 ton) (Attajaya, 2008).

Nanas atau *Ananas comosus L.* merupakan tanaman yang berasal dari Amerika Selatan yang ditemukan oleh orang Eropa pada tahun 1493 di pulau Caribbean. Akhir abad ke-16 Portugis dan Spanyol memperkenalkan nanas ke benua Asia, Afrika, dan Pasifik Selatan, sehingga pada abad ke-18, buah ini dibudidayakan di Hawaii, Thailand, Filipina, China, Brasil, dan Meksiko (Lawal, 2013). Sejak pertama kali ditemukan oleh Colombus tanaman ini berkembang sangat cepat, tersebar ke seluruh dunia, terutama di daerah tropis termasuk di Indonesia, BPS (2015).

Produksi tertinggi di Indonesia terjadi pada tahun 2018 sebesar 2.003.037/ton, sedangkan produksi terendah terjadi pada tahun 2015 sebesar 1.729.063/ton, disebabkan karena salah satunya penambahan luas lahan.

Produksi buah nanas di Indonesia mengalami peningkatan meskipun demikian, kami berharap adanya kestabilan produksi buah nanas di tahun yang akan datang agar mampu menyediakan bahan pangan yang aman dan penghidupan secara berkelanjutan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui apakah harga buah nanas, harga buah

mangga gadung, tingkat pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga, dan umur konsumen mempengaruhi permintaan buah nanas di Pasar Tradisional Inpres Manonda Kota Palu.

Walaupun produksi buah nanas di Indonesia tahun 2015-2018 mengalami peningkatan yang signifikan, akan tetapi di Provinsi Sulawesi Tengah yang ada di Kota Palu pada periode 2014-2018 dikatakan berfluktuasi. Hal tersebut terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Buah Nanas di Kota Palu Tahun 2014-2018.

No	Tahun	Produksi (Ton)
1	2014	0.3037
2	2015	0.8173
3	2016	0.4048
4	2017	2.83
5	2018	0.4
Jumlah		4.7558
Rata-rata		0.95116

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia, 2018.

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat produksi buah nanas di Provinsi Sulawesi Tengah di Kota Palu, produksi buah nanas dari tahun 2014 sampai dengan 2017 mengalami fluktuasi. Sedangkan pada tahun 2018 produksi buah nanas mengalami penurunan yang cukup drastis hanya mencapai 0,4 ton.

Hal ini berdampak pada permintaan buah nanas di pasar tradisional tersebut. Fluktuasi tersebut dapat diidentifikasi dengan melihat faktor-faktor yang memengaruhi permintaan konsumen. Besar kecilnya permintaan terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Soekartawi (2002), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang meliputi: harga barang yang bersangkutan, harga barang substitusi atau komplementer, jumlah penduduk atau tanggungan keluarga, tingkat pendapatan, dan umur konsumen.

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan penelitian ini adalah bagaimana pengaruh harga buah nanas, harga buah mangga gadung, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga, dan umur konsumen terhadap permintaan buah nanas di Kota Palu ?

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dari harga buah nanas, harga buah mangga gadung, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga, dan umur konsumen terhadap permintaan buah nanas di Kota Palu. kemudian penelitian ini dilaksanakan untuk menambah wawasan terkait penelitian buah nanas dan melengkapi serta diharapkan dapat membantu pihak-pihak yang terkait dalam meningkatkan daya saing pasar dan dapat memberikan pendapatan maksimal serta menjadi acuan penelitian selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Inpres Manonda yang beralamat di Jalan Kunduri, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah. Pemilihan daerah penelitian ini diambil dengan sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu pasar tradisional yang menjual buah nanas di Kota Palu. Waktu Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai Oktober 2019.

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

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian menggunakan sampling aksidental, dimana variabel bebas (X) berjumlah 5 dan variabel terikat (Y) berjumlah 1.

Kemudian kedua variabel dijumlahkan menghasilkan 6 variabel, 6 variabel dikali dengan 5 jumlah responden pada tiap variabel sehingga menghasilkan 30 responden buah nanas dalam penelitian ini. 30 Responden yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari Pasar Manonda dengan pertimbangan konsumen buah nanas yang ada pada pasar tradisional inpres manonda tersebut dapat memberikan informasi, sehingga diharapkan bisa diperoleh hasil yang cukup akurat dalam penelitian ini.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden secara langsung oleh peneliti dengan memberikan pertanyaan secara terstruktur pada alat bantu kuesioner, wawancara dan observasi di lapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai instansi pemerintah yang terkait dengan penelitian ini dan berbagai literatur terkait.

Metode Analisis Data.

Analisis Regresi Linear Berganda. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah nanas selanjutnya dianalisis dengan analisis regresi linear berganda. Jonathan (2006), menyatakan pengujian hipotesis diuji dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi harga buah nanas, harga buah mangga gadung, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga, dan umur konsumen memengaruhi permintaan buah nanas. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Permintaan konsumen buah nanas (kg)

a = Intersep

b₁-b₅ = Nilai Koefisien regresi

X₁ = Harga buah nanas (Rp)

X₂ = Harga buah mangga gadung (Rp)

X₃ = Pendapatan konsumen (Rp/Bulan)

X₄ = Tanggungankeluarga (Jiwa)

X_5 = Umur (Tahun)
 e = Eror (kesalahan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden. Objek pada penelitian ini adalah masyarakat yang membeli buah nanas pada pasar manonda yang merupakan pasar yang menyediakan buah nanas di Kota Palu. Mayoritas responden yang mengkonsumsi buah nanas adalah ibu rumah tangga, dimana responden di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur, pendapatan, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pendapatan konsumen.

Jenis Kelamin. Konsumen yang melakukan kegiatan membeli buah nanas lebih banyak adalah perempuan, untuk lebih jelasnya data responden buah nanas berdasarkan jenis kelamin terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Buah Nanas berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	12	40
2	Perempuan	18	60
	Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam mengkonsumsi buah nanas adalah perempuan, ini terlihat dari jumlah persentasenya sebesar 60% atau sebanyak 18 orang, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki hanya memiliki persentase sebesar 40% atau sebanyak 12 orang dalam mengkonsumsi buah nanas.

Umur Responden. Umur merupakan sejumlah waktu yang dihabiskan seseorang untuk menjalani hidup. Tingkat umur seseorang memengaruhi kedewasaan seseorang dalam berpikir, dalam hal ini pentingnya mengonsumsi buah nanas untuk pemenuhan kebutuhan dalam sehari-harinya.

Umur responden pada penelitian adalah berkisar antara 20 hingga 52 tahun. Hal tersebut menunjukkan keadaan responden yang mengonsumsi buah nanas berada di usia produktif, dimana buah nanas pada umumnya dapat dikonsumsi semua golongan (Priyono 2015).

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. Konsumen yang memiliki pendidikan yang tinggi akan lebih baik dan sangat responsif terhadap informasi dan selektif dalam memilih produk. Selain itu pendidikan juga berperan dalam meningkatkan pengetahuan akan gizi suatu produk.

Tabel 3. Karakteristik Responden Buah Nanas berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMA	18	60
2	D3	2	6,67
3	S1	10	33,33
	Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden yang membeli buah nanas memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi, dapat dilihat responden yang memiliki tingkat pendidikan terbesar yaitu SMA dengan nilai presentase sebesar 60% sedangkan yang melakukan permintaan buah nanas paling sedikit yaitu yang memiliki pendidikan S1 dan D3 dengan presentase sebesar 33,33%.

Jumlah Tanggungan Keluarga. Keluarga adalah lingkungan yang paling dekat konsumen. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga makin besar pula barang yang dikonsumsi dan semakin banyak permintaan. Secara tidak langsung setiap keluarga lebih mendahulukan pemanfaatan setiap pengeluarannya digunakan

untuk kebutuhan pangan, baru kemudian digunakan untuk kebutuhan non pangan. Data jumlah tanggungan keluarga responden buah nanas terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Responden Buah Nanas berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1– 3	11	37
2	4 – 6	19	63
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki jumlah tanggungan 4-6 orang dengan presentasi nilai sebesar 63%. Besarnya jumlah tanggungan keluarga merupakan faktor yang memengaruhi kemauan untuk melakukan pekerjaan. Semakin besar jumlah tanggungan keluarga dalam satu rumah tangga maka semakin besar pula jumlah kebutuhan akan pangan khususnya buah nanas (Raharjo dan Maurung, 2001).

Pendapatan. Jumlah pendapatan akan memengaruhi besar kecilnya daya beli dari seorang konsumen. Semakin besar pendapatan seseorang, semakin besar pula kemampuan seseorang dalam membeli beranekaragam kebutuhannya, begitu pun sebaliknya. Pendapatan dapat dikelompokan menjadi dua, pangan dan non pangan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pendapatan responden konsumen buah nanas diklasifikasikan secara menyeluruh, dimana konsumen memberikan informasi bahwa pendapatan yang mereka dapatkan merupakan pendapatan secara menyeluruh. Data responden buah nanas berdasarkan pendapatannya terlihat dalam Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan bahwa pendapatan responden dengan persentase tertinggi yaitu 50% berada pada kisaran Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000 dan pendapatan responden dengan persentase terendah yaitu 10% berada pada kisaran Rp.4.200.000 - Rp. 5.700.000.

Tabel 5. Karakteristik Responden Buah Nanas Berdasarkan Pendapatannya

No	Pendapatan (Rp)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	1.000.000 - 2.500.000	15	50
2	2.600.000 - 4.100.000	12	40
3	4.200.000 - 5.700.000	3	10
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2019.

Koefisien determinasi R^2 . Berdasarkan hasil analisis SPSS 21 Model Summary sebesar 0,814 menunjukkan bahwa variabel harga buah nanas, harga buah mangga gadung, pendapatan konsumen, jumlah tanggungan keluarga dan umur yang dimasukkan dalam model yang diamati sebesar 81,4% mampu mempengaruhi variasi permintaan buah nanas di Kota Palu sedangkan sisanya 18,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang digunakan yaitu sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Analisis SPSS 21.

No	Variabel	Koef. Regresi	t- hitung	Signifikan
1	<i>Intersep</i>	7,393	1,794	0,103
2	X_1	1,600	6,126	0,000
3	X_2	0,220	0,845	0,406
4	X_3	0,686	2,046	0,025
5	X_4	0,840	1,722	0,012
6	X_5	-0,154	0,495	0,625

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019.

Keterangan :

Tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$

$R^2 = 0,814$

$F_{hitung} = 21,066$

$F_{tabel} = 2,534$

$t_{hitung} = 1,794$

$t_{tabel} = 1,708$

X_1 = Harga Buah Nanas

X_2 = Harga Buah Mangga Gadung

X_3 = Pendapatan Konsumen

X_4 = Jumlah Tanggungan Keluarga

X_5 = Umur Konsumen

Uji Simultan (Uji F). Berdasarkan perbandingan antara F-hitung sebesar 21,066 dengan F-tabel (2,534) nilai tersebut signifikan pada $\alpha = 5\%$. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} (21,066) > F_{tabel} (2,534)$ berarti secara bersama-sama semua variabel yaitu Harga buah nanas (X_1), Harga buah mangga gadung (X_2), Pendapatan konsumen (X_3), Jumlah tanggungan keluarga (X_4), dan Umur (X_5) tidak semua memberikan pengaruh nyata terhadap permintaan buah nanas.

Uji Parsial (Uji T). Berdasarkan hasil uji t pada tabel *coefficient* yang dilakukan, dari 5 variabel yang digunakan hanya tiga variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan buah nanas di pasar tradisional Inpres Manonda Kota Palu. Hasil regresi diperoleh variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan buah nanas antara lain adalah Harga buah nanas (X_1), Pendapatan konsumen (X_3), dan Jumlah tanggungan keluarga (X_4). Hal ini didasarkan perbandingan signifikan dengan tingkat kesalahan sebesar 5% diketahui semua variabel tersebut memiliki nilai yang lebih kecil yang artinya variabel tersebut memberikan pengaruh nyata terhadap variabel terikatnya.

Estimasi model persamaan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah nanas di pasar tradisional inpres manonda Kota Palu adalah:

$$Y = 7,393 + 1,600X_1 + 0,220X_2 + 0,686X_3 + 0,840 X_4 - 0,154X_5$$

Secara lengkap uraian mengenai pengaruh masing-masing faktor yang mempengaruhi permintaan Buah Nanas di Kota Palu diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Buah Nanas (X_1)

H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel buah nanas secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah nanas di Kota Palu. Hasil ini membuktikan bahwa harga buah nanas berpengaruh terhadap permintaan buah nanas. Hasil ini sesuai dengan pendapat

Tjiptono, (2008) mengatakan bahwa dengan dimensi strategik harga yaitu “harga merupakan determinan utama dalam suatu permintaan”, berdasarkan hukum permintaan (*the law of demand*), besar kecilnya harga memengaruhi kuantitas produk yang dibeli konsumen.

2. Pengaruh Harga Buah Mangga Gadung (X_2)

H_0 ditolak H_1 diterima, yang artinya variabel harga buah mangga gadung secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah nanas di pasar tradisional inpres manonda Kota Palu. Penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu seperti, Paradiba dkk (2017) yang menyatakan bahwa harga barang substitusi tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan. Hasil ini membuktikan bahwa harga buah mangga gadung tidak berpengaruh terhadap permintaan buah nanas.

3. Pengaruh Pendapatan (X_3)

H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya variabel harga buah nanas secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah nanas di Kota Palu.

Pendapatan konsumen buah nanas di pasar tradisional inpres manonda Kota Palu cukup tinggi sehingga daya beli buah nanas juga cukup tinggi. Pendapatan konsumen selalu mengalami perubahan, maka akan diikuti perubahan permintaan buah nanas. Perubahan permintaan tersebut mengarah kepada hal yang positif, yaitu para konsumen buah nanas di pasar tradisional inpres manonda Kota Palu akan meningkatkan konsumsinya ketika pendapatan mereka meningkat, dan akan mengurangi konsumsi ketika pendapatan mereka menurun. Hasil ini membuktikan bahwa pendapatan berpengaruh nyata terhadap permintaan buah nanas. Hasil ini relevan dengan penelitian Alfauzan (2014), yang menunjukkan variabel pendapatan (X_2) berpengaruh nyata secara parsial. Pendapatan yang besar maka akan meningkatkan jumlah permintaan pada tingkat harga tertentu. Seseorang yang memiliki pendapatan yang baik akan

lebih menyesuaikan dengan selera untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan seseorang memperoleh pendapatan yang baik maka akan mendorong seseorang untuk membeli barang yang berkualitas dan kuantitasnya tercukupi seperti pada buah nanas.

4. Pengaruh Jumlah Tanggungan Keluarga (X_4)

H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel jumlah tanggungan keluarga secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah nanas di Kota Palu.

Jumlah anggota keluarga menunjukkan pada banyaknya orang yang tinggal bersama dalam rumah secara umum terdiri dari ayah, ibu dan anak yang ikut mengonsumsi buah nanas. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga, kebutuhan akan pangan termasuk konsumsi buah nanas meningkat, hal ini selanjutnya berdampak pada peningkatan permintaan buah nanas. Hasil ini membuktikan bahwa jumlah tanggungan keluarga berpengaruh terhadap permintaan buah nanas. Hasil ini sesuai dengan pendapat Raharjo dan Manurung (2001), mengatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga memengaruhi keputusan konsumen saat pembelian, semakin banyak jumlah anggota keluarga konsumen maka jumlah yang akan di beli semakin tinggi pula, sehingga anggota berpengaruh besar terhadap keputusan.

5. Pengaruh Umur (X_5)

H_0 diterima H_1 ditolak yang artinya umur secara parsial berpengaruh tidak nyata terhadap jumlah permintaan buah nanas di Pasar Tradisional Inpres Manonda Kota Palu.

Berdasarkan hal tersebut konsumen usia produktif sadar akan kebutuhan buah-buahan untuk tubuh mereka. Hasil ini sesuai dengan pendapat Setiadi (2013) mengatakan bahwa umur berpengaruh nyata terhadap permintaan, dimana hasil ini berbeda dengan yang didapatkan oleh penulis hal ini dikarenakan responden penelitian merupakan konsumen buah nanas sejak lama sehingga umur tidak

berpengaruh nyata melainkan merupakan kebiasaan responden untuk mengonsumsi buah nanas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan.

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan, adapun faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah nanas di Kota Palu secara simultan adalah harga buah nanas, pendapatan konsumen, dan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh nyata secara signifikan terhadap permintaan buah nanas. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah nanas di Kota Palu secara parsial adalah variabel harga buah nanas, pendapatan konsumen, dan jumlah tanggungan berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah nanas. Hasil perhitungan R^2 yang menjelaskan bahwa variabel permintaan buah nanas di Kota Palu dipengaruhi oleh variabel harga buah nanas, harga buah mangga, pendapatan, jumlah tanggungan, serta umur sebesar 0,814 atau 81,4%, sedangkan sisanya 18,6% adalah variabel yang tidak dimasukkan ke dalam persamaan.

Saran.

Peneliti menyarankan kepada penjual buah nanas memperhatikan apa yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam membeli buah nanas agar tidak mengalami kerugian. Adapun harapan kita bersama agar penelitian selanjutnya meneliti tentang variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi permintaan buah nanas, seperti selera konsumen, jarak tempuh rumah ke pasar, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfauzan, Fer. dkk, 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Impor Di Pasar Johar Kota Semarang (Studi Kasus Buah Apel Fuji Dan Jeruk Mandarin)*. Jurnal Mediagro Vol. 11 No. 1 Hal 35-46.
- Ariawan, D. 2008. *Serat Nanas Sabrang-Potensi Bahan Baku Komposit Dari Hutan*

Kulonprogo, diakses pada tanggal 13 maret 2020.

Attajaya.2008. *Pedoman Budidaya Nanas*.<http://www.attajaya.net/2008/09/09-nenas-pedoman-budidaya.html>

Badan Pusat Statistik, 2018. *Data Produksi Buah Nanas Kota Palu*.

Jonathan, 2006.*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.PT. Graha Ilmu.Yogyakarta.

Lawal, D. 2013. Medicinal, Pharmacological, and Phytochemical Potentials of Ananas comosus Peel- a Review, Bayero Journal of Pure and Applied Science, vol. 6(1):101-104.

Paradiba, Dela. Marhawati M. Arifudin L. 2017. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Sayur Organik Di Kota Palu.Palu : J. Agrotekbis 5(5) : 564-571. ISSN : 2338-3011.

Prijono, 2015. “Seluk Beluk Registrasi Penduduk dan Peranannya dalam Perencanaan Pembangunan Kependudukan”, Forum Geografi, VI (10): 33-45.

Raharjo P. dan Manurung M, 2001.*Teori Ekonomi Makro*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen* (edisi revisi). Jakarta : Kencana Perdana Media Grup

Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Teori dan Aplikasi.Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Sugiono, 2008.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*.Edisi 3. Yogyakarta: ANDI

Viola Rachma dan Fitri Katriasih, 2019. *Daya Saing dan Faktor-faktor yang memengaruhi Ekspor Nanas Indonesia*. Bogor : Jurnnal Hortikultura Indonesia Vol.10 (1)