

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN BUAH MELON DI KOTA PALU

### Factors that Influenced the Demand of Melon Fruit in Palu City

Mulyadarma<sup>1)</sup>, Abdul Muis<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Email :  
[mulyadarma58@gmail.com](mailto:mulyadarma58@gmail.com)

<sup>2)</sup>Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako  
E-mail : [abdulmuis.oke11@gmail.com](mailto:abdulmuis.oke11@gmail.com)

#### ABSTRACT

This study aims to determine how big the factors that affect the demand of melon fruit in Palu city. This research was conducted from June to August 2018 in Traditional Markets (Masomba and Manonda). The number of samples used was 30 respondents who consumed melons, with the method of determining accidental sampling. The analytical method used is the Analysis of Multiple Linear Regression. Based on the results of the analysis used, it can be concluded that the variable price of melon, the price of substitute goods (watermelon), income, the number of family dependents and age are simultaneously significant for the demand for melons. Partially the variable price of melon, the price of watermelon, the number of family dependents and age significantly influence the demand for melon in Palu City

**Keywords:** Melon fruit, Demand.

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah melon di Kota Palu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Agustus 2018 di Pasar Tradisional (Masomba dan Manonda). Jumlah sampel 30 responden yang mengonsumsi buah melon, dengan metode *Sampling aksidental*. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa, variabel harga buah melon, harga barang substitusi (semangka), pendapatan, jumlah tanggungan keluarga dan umur secara simultan signifikan terhadap permintaan buah melon. Secara parsial variabel harga buah melon, harga buah semangka, jumlah tanggungan keluarga dan umur berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah melon di Kota Palu .

**Kata Kunci :** Buah Melon, Permintaan.

## PENDAHULUAN

Buah melon (*Cucumis melo L.*) bukan merupakan buah asli Indonesia, tetapi berasal dari daerah Mediterania di perbatasan antara Asia Barat dengan Eropa dan Afrika. Empat produsen melon dunia terbesar saat ini ialah Cina, Turki, Iran dan Amerika. (Wirakusumah, 2000).

Buah melon di Indonesia mulai dikenal sejak Tahun 1980-an pertama kali ditanam di Kaliandan - Lampung dan Cisarua - Bogor. Hal yang mendorong pengusaha agribisnis mengembangkan melon di Indonesia saat itu adalah karena adanya peraturan pemerintah yang membatasi peredaran buah impor, karena melon berada di Indonesia sebagai buah impor yang dikonsumsi oleh kalangan atas terutama tenaga ahli asing yang tinggal di Indonesia. Benih yang ditanam pertama kali berasal dari beberapa negara, namun yang mendominasi berasal dari Pulau Formosa. (Wirakusumah, 2000).

Produksi buah melon di Indonesia tahun 2012 -2016 mengalami fluktuasi, kondisi ini meskipun dapat dikatakan cenderung mengalami penurunan. Produksi tertinggi terjadi pada Tahun 2014 sebesar 150.356/ton, sedangkan produksi terendah terjadi pada Tahun 2016 sebesar 117.344/ton. Produksi buah melon di Indonesia mengalami fluktuasi meskipun demikian, kami berharap adanya peningkatan produksi buah melon di tahun yang akan datang agar mampu menyediakan bahan pangan yang aman dan penghidupan secara berkelanjutan.

Walaupun produksi buah melon Indonesia tahun 2012 - 2016 mengalami penurunan, akan tetapi di Provinsi Sulawesi Tengah pada periode yang sama dapat dikatakan cenderung mengalami peningkatan produksi.

Produksi Buah Melon Sulawesi Tengah Tahun 2012 - 2016 mengalami fluktuasi, kondisi ini meskipun dapat dikatakan cenderung mengalami peningkatan. Produksi Buah Melon tertinggi terjadi pada tahun 2016 sebesar 1.525/ton, sedangkan produksi terendah terjadi pada Tahun 2013 sebesar 137/ton.

Peningkatan pendapatan dan kualitas pendidikan pada masyarakat dapat pula meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kualitas dan komposisi gizi dari asupan makanan yang mereka konsumsi, dengan adanya kesadaran tersebut maka dapat diramalkan bahwa permintaan dan konsumsi Buah Melon akan meningkat sesuai dengan standar Food and Agriculture Organization (FAO).

Kotler dan Kevin (2002), mengatakan bahwa permintaan akan buah melon tentu akan mempengaruhi harga tersebut, dimana harga menjadi suatu pertimbangan sendiri. Permintaan suatu komoditi dipengaruhi oleh harga komoditi itu sendiri dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau *ceteris paribus*. Secara umum bila harga suatu komoditi tinggi, hanya sedikit orang yang mau dan mampu membelinya. akibat jumlah komoditi yang dibelinya hanya sedikit saja.

Jumlah tanggungan akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap suatu barang. Semakin banyak tanggungan, maka jumlah permintaan akan semakin meningkat. Hal ini berkaitan dengan usaha untuk memenuhi kecukupan kebutuhan setiap individu yang ada di suatu tempat (Suryawati, 2006)

Adapun faktor-faktor atau variabel yang diidentifikasi yaitu harga buah melon, harga buah semangka, tingkat pendapatan konsumen buah melon, jumlah tanggungan konsumen buah melon dan Umur konsumen buah melon yang menjadi faktor untuk permintaan buah melon. Analisis statistik yang digunakan untuk mengukur adanya hubungan antar variabel tersebut adalah analisis linear berganda (*Multiple linear regression*).

Ghozali (2006), mengatakan bahwa regresi berganda berguna untuk membuktikan adanya hubungan antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y), dengan faktor-faktor yang menjelaskan yang memengaruhi lebih dari satu prediktor atau variabel *independent*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tradisional yaitu Masomba dan Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan agar data primer yang di dapatkan lebih akurat. Waktu pelaksanaan penelitian selama 3 bulan yakni Juni sampai Agustus 2018.

Sugiono (2008), mengatakan bahwa *sampling aksidental* merupakan teknik 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 dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *sampling aksidental*.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 orang responden. Gay dan Diehl (1992), mengatakan bahwa ukuran sampel minimal untuk penelitian korelasi adalah 30 orang, dikarenakan penelitian ini bersifat korelasi artinya penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah ada hubungan antara dua variabel atau lebih terhadap satu variabel dependen (Y). Responden yang diambil dalam penelitian ini berasal dari tempat penelitian yang sama yaitu pasar masomba dan pasar manonda dengan pertimbangan konsumen buah melon yang ada pada di lokasi tersebut dapat memberikan informasi yang sesuai dalam penelitian ini. Sehari peneliti bisa mendapatkan responden paling tidak 1 orang dan maksimal sebanyak 3 orang. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan konsumen tersebut dapat memberikan informasi, sehingga diharapkan bisa diperoleh data dan informasi yang akurat dan representative sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini.

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 melon di Pasar Masomba dan

Manonda dengan menggunakan daftar pertanyaan (*questionnaire*). Data sekunder diperoleh dari instansi terkait dan literatur yang relevan dengan tujuan peneliti.

## Metode Analisis Data

**Analisis Linear Berganda.** Ghazali (2006), mengatakan bahwa menguji suatu hipotesis alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Variabel yang di gunakan antara lain harga Buah Melon, harga Buah Semangka, tingkat pendapatan masyarakat yang mengonsumsi Buah Melon, jumlah tanggungan konsumen dan perbedaan tingkat pendidikan konsumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y	= Permintaan Buah Melon (Kg)
a	= <i>Intersect</i>
b <sub>1</sub> -b <sub>5</sub>	= Nilai Koefisien Kegresi
X <sub>1</sub>	= Harga Buah Melon (Rp)
X <sub>2</sub>	= Harga Buah Semangka (Rp)
X <sub>3</sub>	= Pendapatan Konsumen (Rp/bulan)
X <sub>4</sub>	= Jumlah Tanggungan Keluarga (jiwa)
X <sub>5</sub>	= Umur
ε	= <i>Error</i> (Kesalahan)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Karakteristik Responden.** Objek pada penelitian ini adalah masyarakat yang membeli buah melon pada pasar masomba dan pasar manonda yang merupakan pasar-pasar yang menyediakan buah melon di Kota Palu. Responden yang mengonsumsi buah melon adalah hampir sama banyaknya antara para PNS dan Wiraswasta dimana responden di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur, pendapatan, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pendapatan.

**Jenis Kelamin.** Konsumen yang melakukan kegiatan membeli buah melon lebih banyak adalah perempuan, untuk lebih jelasnya responden buah melon berdasarkan jenis kelamin terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Buah Melon Berdasarkan Jenis Kelamin.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1.	Laki-laki	13	43,33
2.	Perempuan	17	56,67
Jumlah		30	100,00

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2017

Tabel 2. Karakteristik Responden Buah Melon berdasarkan Umur.

No.	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1.	26-36	15	50,00
2.	37-48	10	33,33
3.	49-59	5	16,67
Jumlah		30	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden terbanyak dalam mengkonsumsi buah melon adalah perempuan, ini terlihat dari jumlah persentasenya sebesar 56,67% atau sebanyak 17 orang, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki hanya memiliki persentase sebesar 43,33% atau sebanyak 13 orang dalam mengkonsumsi buah melon.

**Umur Responden.** Umur responden berkisar antara 26 hingga 59 tahun. Hal tersebut menunjukkan keadaan responden yang mengonsumsi buah melon, dimana buah melon pada umumnya dapat dikonsumsi semua golongan dan responden yang membeli buah melon berada pada usia produktif. Data kelompok umur konsumen buah melon terlihat pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2 bahwa usia responden dengan persentase tertinggi yaitu 50,00% berada pada kisaran umur 26-36 tahun dan umur responden dengan persentase terendah yaitu 16,67% berada pada kisaran umur 49-59 tahun.

**Tingkat Pendidikan.** 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. Data tingkat pendidikan responden buah melon terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden yang membeli buah melon memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi, dapat dilihat responden yang memiliki tingkat pendidikan terbesar yaitu SMA dengan nilai persentase sebesar 46,67% sedangkan yang melakukan permintaan buah melon paling sedikit yaitu yang memiliki pendidikan SD dan D3 dengan persentase sebesar 3,33%.

**Jumlah Tanggungan Keluarga.** Anggota keluarga akan memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian buah melon. Data jumlah tanggungan keluarga responden buah melon terlihat pada Tabel 4.

Tabel 3. Karakteristik Responden Buah Melon Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1.	SD	1	3,33
2.	SMP	2	6,67
3.	SMA	14	46,67
4.	D3	3	10,00
5.	S1	10	33,33
Jumlah		30	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah.

Tabel 4. Karakteristik Responden Buah Melon Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga.

No.	Jumlah Tanggungan (Orang)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1.	1-2	19	63,33
2.	3-4	11	36,67
Jumlah		30	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Tabel 5 Karakteristik Responden Buah Melon Berdasarkan Pendapatannya.

No.	Jumlah Pendapatan (Rp)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1.	Rp.1000.0000 – Rp.2.000.000	4	13,33
2.	Rp.2.100.000 – Rp.3.100.000	12	40,00
3	Rp.3.200.000 – RP.4.200.000	14	46,67
	Jumlah	30	100,00

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2018

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki jumlah tanggungan 1-2 orang dengan presentasi nilai sebesar 63,33%. 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 melon (Raharjo dan Maurung, 2001)

**Pendapatan.** Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pendapatan responden konsumen buah melon diklasifikasikan secara menyeluruh, dimana konsumen memberikan informasi bahwa pendapatan yang mereka dapatkan merupakan pendapatan secara menyeluruh. Data responden buah melon berdasarkan pendapatannya terlihat dalam Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan bahwa pendapatn responden dengan persentase tertinggi yaitu 46,67% berada pada kisaran Rp. 3.200.000 - Rp. 4.200.000 dan pendapatan responden dengan persentase terendah yaitu 13,33% berada pada kisaran Rp.1.000.000 - Rp. 2.000.000

**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Buah Melon.** Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah melon di Kota Palu dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang pengolahan datanya menggunakan *software* SPSS 21. Analisis dilakukan secara bertahap untuk mendapatkan persamaan

dugaan yang baik sesuai, dengan variabel terikatnya (*dependent variabel*) adalah permintaan buah melon (Y) dan variabel bebas (*independent variabel*) terdiri dari harga buah melon ( $X_1$ ), harga buah semangka ( $X_2$ ), pendapatan ( $X_3$ ), jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ) dan umur ( $X_5$ ).

Kesempurnaan dari model regresi linier berganda dapat terpenuhi jika telah memenuhi asumsi klasik. Dilihat dari beberapa tahapan pengujian yaitu : normalitas, multikolonieritas dan heterokesdasitas. Pengujian tersebut untuk melihat data yang diperoleh tidak terdapat penyimpangan, hasil pengujian yang didapatkan terlihat pada penjelasan berikut.

**Pengujian Terhadap Penyimpangan Asumsi Klasik.** Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi-asumsi berikut :

**Uji Normalitas.** Berdasarkan hasil uji normalitas pada *normal p-p plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan pada histogramnya memperlihatkan data yang berdistribusi mengikuti garis diagonal normal histogram yang berbentuk seperti lonceng sempurna, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dari 30 responden buah melon di Kota Palu berdistribusi dengan normal, sehingga dapat dikatakan dapat memenuhi asumsi normalitas

**Uji Multikolnearitas.** Jika hasil SPSS VIF menunjukkan angka diatas 1, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika lebih dari 10 maka dalam data tersebut terjadi multikolinieritas dan melihat nilai *tolerance* > 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Berdasarkan output uji SPSS 21 menunjukkan setiapvariabel bebas mempunyai nilai *tolerance* > 0,05 dan nilai  $1 < VIF < 10$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas atau tidak terjadi hubungan yang erat antar variabel bebas dalam model regresi ini

**Uji Heteroskodesitas.** Heteroskedastitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara

untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastitas salah satunya dengan melihat grafik plots antara nilai prediksi variabel endogen yaitu: ZPRED dengan residual SRESID. Hasil SPSS menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastitas jika titik-titik menyebar secara acak di atas angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan output SPSS 21 menunjukkan bahwa grafik *scatterplot* terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y dan tidak memiliki sebuah pola yang teratur. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi ini maka dengan kata lain terjadi homokedastisitas.

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik telah terpenuhi untuk asumsi normalitas, asumsi multikolonieritas dan asumsi heterokedastitas. Sehingga model regresi layak untuk memenuhi model regresi uji kesesuaian model, uji simultan dan uji parsial. Adapun penjelasannya sebagai berikut.

### Uji Statistik

**Kesesuaian Model (Koefisien Determinasi =  $R^2$ ).** Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

yang diberikan harga buah melon ( $X_1$ ), harga buah semangka ( $X_2$ ), pendapatan ( $X_3$ ), jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ) dan umur ( $X_5$ ) secara simultan terhadap variasi permintaan buah melon ( $Y$ ) di Kota Palu.

Tahap pertama pengujian hasil analisis regresi linier berganda yaitu dengan menggunakan uji statistik untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini. Tingkat signifikansi ditunjukkan oleh masing-masing nilai koefisien regresi parsial variabel independent tersebut terhadap variabel dependent. Pengujian dengan uji statistik ini dapat dilakukan dengan  $R^2$ , Uji F dan Uji t. Hasil regresi linier berganda terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,985, menunjukkan bahwa variabel harga buah melon, harga buah semangka, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga dan umur yang dimasukan dalam model yang diamati sebesar 98,5% mampu mempengaruhi variasi permintaan buah melon di Kota Palu sedangkan sisanya 1,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang digunakan.

Tabel 6. Output Hasil Regresi Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Buah Melon di Kota Palu.

Variabel	Koefisien Regresi	$t_{hitung}$	Signifikan
Intersep	-268	-1,699	0,102
Harga Buah Melon ( $X_1$ )	4,765E -005	6,039	0,000
Harga Buah Semangka ( $X_2$ )	-2,188E -005	-3,039	0,005
Pendapatan ( $X_3$ )	3,356E-007	3,400	0,002
Jumlah Tanggungan keluarga ( $X_4$ )	0,185	3,143	0,004
Umur ( $X_5$ )	0,021	3,532	0,002

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2018

Keterangan :

Tingkat kesalahan  $\alpha = 5\%$

$R^2 = 0,985$

$F_{hitung} = 310,469$

$F_{tabel} = 2,53$

$t_{hitung} = -1,699$

$t_{tabel} = 1,710$

**Uji Simultan (Uji F).** Berdasarkan uji F-test pada Tabel ANOVA, menunjukkan bahwa nilai signifikan  $F_{hitung} (310,469) > F_{tabel} (2, 53)$  signifikansi ( $\alpha 5\% = 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh pendapatan, harga buah melon, harga buah semangka, jumlah tanggungan keluarga dan Umur terhadap permintaan buah melon secara simultan atau secara bersama-sama. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_1$  diterima. Berarti variabel pendapatan ( $X_1$ ), harga buah melon ( $X_2$ ), harga buah semangka ( $X_3$ ), jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ) dan Umur ( $X_5$ ) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah melon.

Uji simultan dibantu diperkuat oleh asumsi multikolinieritas, dimana pada penjelasan asumsi multikolinieritas didapatkan tidak terjadi multikolinieritas atau memenuhi asumsi multikolinieritas. Dimana dari variabel yang digunakan yaitu, harga buah melon, harga buah semangka, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga dan umur tidak memiliki korelasi yang asosiatif (hubungan yang erat). Sehingga dari semua variabel yang digunakan dapat mempengaruhi permintaan buah apel impor secara bersama-sama.

**Uji Parsial (Uji t).** Berdasarkan hasil uji t pada tabel *coefficient* yang dilakukan, semua variabel yang berpengaruh nyata dan berpengaruh tidak nyata terhadap permintaan buah melon di Kota Palu. Hasil regresi diperoleh semua variabel berpengaruh nyata terhadap permintaan buah melon antara lain adalah harga buah melon ( $X_1$ ), harga buah semangka ( $X_2$ ), pendapatan ( $X_3$ ), jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ) dan umur ( $X_5$ ) hal ini didasarkan perbandingan signifikansi 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 melon di Kota Palu adalah:

$$Y = -265 + 4,765E - 005X_1 - 2,188E - 005X_2 + 3,356E - 007X_3 + 0,185X_4 + 0,021X_5 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Permintaan Konsumen Terhadap Buah Melon (Kg)

$b_0$  = *Intersep*

$b_1$ - $b_4$  = Parameter Yang Diuji

$X_1$  = Harga Buah Melon (Rp)

$X_2$  = Harga Buah Semangka (Rp)

$X_3$  = Pendapatan Konsumen (Rp/Bulan)

$X_4$  = Jumlah Tanggungan Keluarga (jiwa)

$X_5$  = Umur

$\epsilon$  = *Error* (Kesalahan)

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

#### 1. Pengaruh Harga Buah Melon ( $X_1$ )

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel harga buah melon ( $X_1$ ) berpengaruh nyata secara parsial, dimana nilai signifikan yang diperoleh (0,000) lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,00004765 yang berarti bahwa setiap peningkatan harga sebesar 1 rupiah akan meningkatkan jumlah permintaan buah melon sebesar 0,00004765 Kg dengan asumsi *ceteris paribus*. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya variabel buah melon secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah melon di Kota Palu. Permintaan terhadap buah melon dipengaruhi oleh harga dari komoditi itu sendiri, melihat kebutuhan masyarakat yang dominan mengonsumsi buah melon maka permintaan buah melon akan tetap terus ada meskipun harga buah melon mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Hal tersebut dipengaruhi oleh selera dari masyarakat itu sendiri yang menyebabkan permintaan tetap meningkat meskipun harga dari buah melon cenderung meningkat.

Hasil ini membuktikan bahwa harga buah melon berpengaruh terhadap permintaan buah melon. 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 Semangka ( $X_2$ )

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel harga buah semangka ( $X_2$ ) berpengaruh nyata secara parsial, dimana nilai signifikan yang diperoleh (0,005) lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05) dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,00002188 yang berarti bahwa setiap peningkatan harga buah semangka sebesar 1 rupiah akan menurunkan permintaan buah melon sebesar 0,00002188 Kg dengan asumsi *ceteris paribus*. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya variabel harga buah semangka secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah melon di Kota Palu.

Hasil ini membuktikan bahwa harga buah semangka berpengaruh terhadap permintaan buah melon. Hasil ini relevan dengan penelitian Kilamase (2015), yang menunjukkan bahwa hasil analisis regresi harga semangka berpengaruh nyata terhadap permintaan buah anggur pada pasar modern di Kota Ambon. Nilai Koefisiennya adalah -0,132 dan signifikannya pada 1% yang berarti peningkatan harga semangka sebesar 1 rupiah maka permintaan terhadap buah anggur akan berkurang sebesar 0,132 Kg dengan asumsi.

## 3. Pengaruh Pendapatan ( $X_3$ )

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel pendapatan ( $X_3$ ) berpengaruh nyata secara parsial, dimana nilai signifikan yang diperoleh (0,002) lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,000003356 yang berarti bahwa setiap peningkatan pendapatan sebesar 1 rupiah akan menaikkan permintaan buah melon sebesar

0,000003356 Kg dengan asumsi *ceteris paribus*. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang artinya variabel harga buah melon secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah melon di Kota Palu.

Hasil ini membuktikan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap permintaan buah melon. Hasil ini relevan dengan penelitian Alfauzan (2014), yang menunjukkan variabel pendapatan ( $X_2$ ) berpengaruh nyata secara parsial, dimana nilai signifikan yang diperoleh (0,002) lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05) dengan nilai koefisien regresi sebesar 2,755 yang berarti bahwa setiap peningkatan pendapatan sebesar 1 rupiah akan menaikkan permintaan buah melon sebesar 2,755 Kg dengan asumsi *ceteris paribus*. 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 melon.

## 4. Pengaruh Jumlah Tanggungan Keluarga ( $X_4$ )

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ) berpengaruh nyata secara parsial dimana nilai signifikan yang diperoleh (0,004) lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,185 yang berarti bahwa setiap peningkatan jumlah tanggungan keluarga sebesar 1 jiwa akan menaikkan permintaan buah melon sebesar 0,185 Kg dengan asumsi *ceteris paribus*. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya variabel jumlah tanggungan keluarga secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah melon 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 melon. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga, kebutuhan akan pangan termasuk konsumsi buah melon meningkat, hal ini selanjutnya berdampak pada peningkatan permintaan buah melon. Hasil ini membuktikan bahwa jumlah tanggungan keluarga berpengaruh terhadap permintaan buah melon.

Hasil ini relevan dengan penelitian Medikana (2016), mengatakan bahwa jika anggota keluarga bertambah satu persen maka jumlah permintaan buah salak Bali naik sebesar 0,363% dan sebaliknya jika anggota keluarga berkurang satu persen maka jumlah permintaan buah salak Bali turun sebesar 0,363% dengan asumsi *ceteris paribus*.

#### 5. Pengaruh Umur ( $X_5$ )

Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel umur ( $X_5$ ) berpengaruh nyata secara parsial, dimana nilai signifikan yang diperoleh (0,002) lebih besar dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,021 yang berarti bahwa setiap peningkatan umur sebesar 1 tahun akan menaikkan permintaan buah melon sebesar 0,021 Kg dengan asumsi *ceteris paribus*. Kesimpulannya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya variabel umur secara parsial berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan buah melon di Kota Palu.

Hasil ini relevan dengan penelitian Alfauzan (2014), yang menunjukan variabel Umur ( $X_1$ ) berpengaruh nyata secara parsial, dimana nilai signifikan yang diperoleh (0,046) lebih kecil dari taraf signifikan yang ditentukan (0,05) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,108 yang berarti bahwa setiap peningkatan pendapatan sebesar 1 rupiah akan menaikkan permintaan buah melon sebesar 0,108 Kg dengan asumsi *ceteris paribus*. Semakin meningkat usia produktif konsumen maka jumlah permintaan buah melon akan semakin meningkat. Konsumen usia produktif sadar akan kebutuhan buah-buahan untuk tubuh mereka.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah melon di Kota Palu secara simultan adalah harga buah melon ( $X_1$ ), harga semangka ( $X_2$ ), pendapatan ( $X_3$ ), jumlah tanggungan keluarga ( $X_4$ ) dan umur ( $X_5$ ) berpengaruh nyata secara signifikan terhadap permintaan buah melon. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah melon di Kota Palu secara parsial (uji t) adalah variabel harga buah melon ( $X_1$ ), harga buah semangka ( $X_2$ ), pendapatan ( $X_3$ ), jumlah tanggungan ( $X_4$ ), serta umur ( $X_5$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah melon. Hasil perhitungan  $R^2$  yang menjelaskan bahwa variabel permintaan buah melon di Kota Palu dipengaruhi oleh variabel harga buah melon ( $X_1$ ), harga buah semangka ( $X_2$ ), pendapatan ( $X_3$ ), jumlah tanggungan ( $X_4$ ), serta umur ( $X_5$ ) sebesar 0,985 atau 98,5%, sedangkan sisanya 1,5% adalah variabel yang tidak dimasukkan ke dalam persamaan.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari faktor-faktor yang memengaruhi permintaan buah melon di Kota Palu, Peneliti menyarankan kepada penjual atau pedagang buah melon bisa memperhatikan apa yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam meminta atau membeli buah melon agar tidak mengalami kerugian. Adapun harapan kita bersama agar penelitian selanjutnya meneliti tentang variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi permintaan buah melon, seperti selera konsumen, jarak tempuh rumah ke pasar, dan lain sebagainya

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfauzan, F., dkk. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Buah Impor di Pasar Johar Kota Semarang*. Jurnal MediaAgro VOL. 11 NO. 1. 2015. HAL 35-46

- Gay, L.R dan Diehl, P.L. 1992. *Research Methods for Business and Management*. MacMillan Publishing Company. New York.
- Ghozali, I 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kilamase, D. dkk. 2015. *Analisis Permintaan Buah Anggur Pada Pasar Modern di Kota Ambon*. Jurnal Agrilan. Vol. 3 No.3
- Kotler, P dan Kevin, K.L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Medikana, N.A dkk. 2016. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Buah Salak Bali Oleh Rumah Tangga di Kota Denpasar, Provinsi Bali*. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata. Vol.5 No.1
- Raharjo P. dan Manurung M, 2001. *Teori Ekonomi Makro*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Sugiono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Suryawati. 2005. *Teori Ekonomi Mikro*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Tjiptono, F. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Teori Ke Praktik*. Raja Grafindo. Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, Andi: Yogyakarta.
- Wirakusumah, E. S., 2000. *Buah dan Sayur untuk Terapi*. Penebar Swadaya. Jakarta